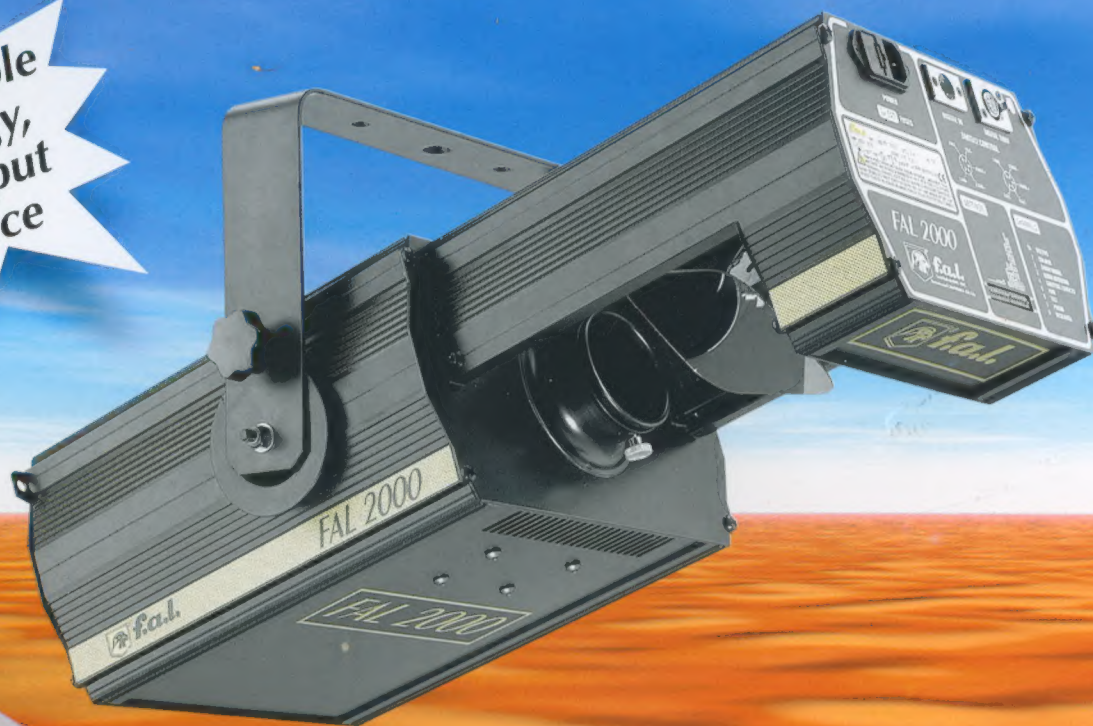
DISCO & DANCING 82

Anno VII N. 82
Lug./Ago. 1996
L. 6000
Sped. in abbonamento postale/50% - Milano
Pubblicazione SILB
Sindacato Italiano
Locali da Ballo

SPETTACOLO TECNOLOGIA MODE E CULTURA IN DISCOTECA

- TRIONFA LA DISCOTECA MITHOS DI CLES (TN)
- QUELLO CHE È SUCCESSO AL PALA '96 DI PECHINO
- CRONACA DELLA FIERA NIGHTWAVE DI RIMINI

Stepping into the new millenium

Incomparable technology, light-output and price

FAL 2000

POWER SUPPLY: 230V 50 or 60 Hz (to order).
LAMP: HSD 200 OSRAM. Socket GY 9,5. 2000 hours life (manufactures rating).
COLOUR: 9 dichroic filters with high chromatic yield + white. 30 colour combinations, 30 dual-colour combinations. Rainbow effect in various speed
GOBOS: 4 rotating gobos with variable speed, continuous bi-directional rotation, 3 fixed gobos.
PRISMS: 1 rotating 3 facet prism
EFFECT WHEEL: 1 frost, 2 colour temperature correction filters.
STROBE/SHUTTER: Fast action shutter for beam blackout also provides strobe effect with strobe speed fully adjustable from 1 to 7 flashes per second.
MOTOR: 5 Stepper motors controlled via internal microprocessor + 2DC motors
CONTROL: DMX 512.
AUTOMATIC OPERATIONS: 2 stand alone automatic operating modes: pre-programmed internal sequences with and without sound activation. Master/Slave operation in automatic mode.
OPTICAL SYSTEM: Optimum efficiency parabolic mirror. High definition objective lens.
MIRROR HEAD: High reflective mirror.
MIRROR MOVEMENT: 140° Pan; 110° Tilt.
COOLING: By axial fan.
HOUSING: Extruded aluminium and steel plate body. Epoxy paint finish. Easy access to lamp.
DIMENSIONS: 620 mm. L., 370 mm. W., 170 mm. H., (290 mm. H including bracket).
WEIGHT: 16,50 Kg.

CE

Via Svizzera, Castel Goffredo (Mantova) - ITALY
Tel. 0376-780208 - Fax 0376-780973

DISCOTECHE E TURISMO

Piace a molti critici del mondo della notte presentare le nostre aziende come tanti piccoli mondi separati dalla realtà produttiva del Paese. Senz'altro in buona fede essi pensano che una discoteca non vada al di là della soddisfazione di una generica domanda di evasione. All'interno di questa logica riduttiva le accuse più o meno dirette incontrano ben pochi ostacoli: che interesse ci può essere a capire veramente i problemi di mondi separati dalla realtà produttiva del Paese? Ecco che, allora, può divenire norma prendere decisioni su qualsivoglia oggetto correlabile alla vita notturna, come se la nostra realtà economica non fosse una questione di struttura. Ma è proprio vero che i locali di intrattenimento sono solo evasione? Certo, una discoteca ha la sua ragion d'essere nel soddisfare la voglia di divertirsi dei propri clienti, ma quando pensiamo a 5 mila discoteche con milioni di frequentatori, si aprono scenari diversi: per esempio appare subito evidente il ruolo dominante, tra i giovani, della nostra forma di intrattenimento.
Relativamente all'uso del tempo libero, i locali da ballo da almeno dieci anni rappresentano la realtà dominante. A questo punto non è forse lecito immaginare che proprio i luoghi e i tempi delle vacanze abbiano oggi, nel servizio svolto dalle discoteche, un valore aggiunto straordinario? Non sono proprio i giovani il target più corteggiato dalle grandi capitali del turismo? Molte testimonianze sono in grado di confermare l'alto valore aggiunto che noi imprenditori offriamo al movimento turistico. E' noto che la costa romagnola resistette alla ormai dimenticata invasione delle alghe grazie alla fitta rete di locali che offrivano di notte ciò che il giorno negava. Vi sono località, come Viareggio, che frustrarono in passato l'attività delle discoteche e, oggi, scoprono di aver perso fascino persino nei confronti delle famiglie. Quando la Spagna del dopo Franco cercò nel turismo risorse per lo sviluppo, protesse e stimolò proprio la vita notturna e in pochi anni località come Ibiza divennero famose nel mondo, calamitando interessi, comunicazione e investimenti. Insomma, se è vero che le persone fra i 18 e 35 anni sono da considerare il target strategico per il turismo, allora l'organizzazione del divertimento notturno rientra a pieno titolo nei programmi di sviluppo di questo comparto fondamentale per l'economia del nostro Paese. Devo dire che malgrado i molti attestati di fiducia ricevuti da politi e da imprenditori turistici, il mondo della notte è ancora sottovalutato. Dobbiamo dunque fare uno sforzo per far conoscere alle altre componenti dell'offerta turistica le nostre potenzialità e l'alto valore strategico del nostro lavoro. Dobbiamo convincere le istituzioni che senza il nostro apporto il turismo italiano avrà un futuro dimezzato e che urgono incentivi e regole europee anche per il nostro comparto. Se ci riusciremo, oltre a favorire la tenuta della nostra economia, faremo un grande passo avanti verso la piena legittimazione del nostro mondo.

Bruno Cristofori
Presidente nazionale SILB

La copertina di quest numero di Disco Dancing l'abbiam dedicata a un particolar del Mithos, nuov discoteca di Cles (Trento divenuta già esclusiv punto d'incontro d giovani della zona e al quale dedichiamo u ampio servizio all'intern di questo numer Nell'immagine si pu notare l'originale banc bar, affiancato da ur colonna-scultura da una zona d'appogg lavorata a form morbide in ferro trattat

SERVIZI ▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶

LOCALI ▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶

OPINIONI ▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶

RUBRICHE ▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶

INSERTO SILB ▶▶▶▶▶▶▶▶▶

ISTITUZIONI, DOVE SIETE?

Da qualche tempo veniamo presi di mira e descritti, soprattutto da certi giornali, come imprenditori avidi, opportunisti, senza scrupoli. Che questo sia un "teorema" campato per aria e totalmente assurdo non sto neanche a contestarlo, posso semmai sottolineare che rappresentiamo una categoria di imprenditori attenta ai propri interessi, questo è vero, ma con scrupolosa cura delle nostre aziende, ogni sera impegnati a tutelare chi viene nei nostri locali pagando il biglietto di ingresso, attenti che il nostro pubblico non venga infastidito da quelli che - e non sono pochi - più che il divertimento cercano la provocazione, la rissa. Al di là delle demenziali definizioni di certa stampa, l'assurdo è che quando cerchiamo di rendere i nostri locali sicuri veniamo sistematicamente penalizzati dalle istituzioni, da leggi, leggine e normative che in questa nostra Italia fatta di competenze regionali, comunali e provinciali intrecciano una ragnatela così complicata da non farci capire dove sta la ragione e dove sta il torto. Mi spiego con quattro recenti episodi collegati fra loro da una trama sottile. A una discoteca in provincia di Varese è stata recapitata una lettera, a firma del prefetto, in cui si diffida la direzione del locale di utilizzare, per il servizio di sorveglianza, le agenzie di sicurezza, quelle nuove figure professionali nate dall'esigenza di rendere i nostri locali più sicuri. Ma come, appena qualche tempo fa il tribunale di Torino emise una sentenza in cui dava perfettamente ragione agli addetti alla sorveglianza di un locale che avevano impedito l'accesso ad alcuni facinorosi! E, quasi di rimbalzo, la pretura di Terni aveva dichiarato legittimo l'utilizzo di apposite agenzie di sicurezza per tutelare lo svolgimento delle serate in alcuni locali. Premesso che i nostri non sono locali pubblici ma locali di intrattenimento (per cui il cliente indesiderato o comunque a rischio può essere lasciato fuori dalla porta), come si spiega che in una discoteca vicino a Pavia, dopo aver allontanato un cliente che disturbava e recidivo nei suoi comportamenti, i carabinieri, intervenuti sul posto, hanno dato ragione alla direzione, per poi affibbiarle, il giorno dopo, una multa di due milioni per aver impedito l'accesso al cliente? Vado avanti? Tempo fa le cronache dei giornali hanno riferito di un ragazzo morto durante un rave party in Toscana. Prima della manifestazione il SILB di Livorno si era preoccupato di avvertire il sindaco del paese in cui si è svolto il rave party che si trattava di evento ad alto rischio, di non concedere alcun genere di autorizzazione. Quale è stata la risposta delle istituzioni e del sindaco? Per la terza volta quest'anno ha autorizzato il rave-party. Ma volete sapere l'ultima? Sindaco e autorità di Arona sono alle prese con un problema relativo alla quiete pubblica per un locale ubicato proprio nel centro storico: quale soluzione? Sindaco e giunta stanno pensando di emettere un'ordinanza di chiusura per tutte le discoteche di Arona alle 1,30, e Arona è il centro turistico più importante del lago Maggiore. Insomma, nonostante le svolte, l'Italia rimane il paese di due pesi e due misure. Una pro e l'altra contro, sennò che gusto c'è?

Giancarlo Barisio
Vicepresidente nazionale SILB

LE IDEE DEGLI ALTRI

Monitoraggio di
Francesco Zazzera

■ ...Sono spesso vincenti. Ecco come vengono realizzate attraverso feste e manifestazioni di ogni tipo. E per completare la rubrica, una novità: le recensioni degli ultimi dischi usciti.

Presentata a Milano la 20° edizione della Modella per l'Arte

Con cena di gala e spettacolo al Cà Bianca Club di Milano, è stata presentata la ventesima edizione della Modella per l'Arte 1996 – Premio Andrè Maurice – ideata e coordinata da Paolo Vassallo.
Anche quest'anno la manifestazione intende coinvolgere autorevoli pittori italiani nella realizzazione di un quadro sul tema "La donna del nostro tempo", utilizzando modelle selezionate in una cinquantina di galà che si svolgeranno anche in discoteche e locali di pubblico spettacolo.
Le precedenti edizioni avevano avuto quali protagonisti nomi prestigiosi della pittura: Aligi Sassu, Salvatore Fiume, Domenico Purificato, Gianni Dova, Franz Borgese, Bruno Caruso, Remo Brindisi ed Emilio Tadini.
La finalissima della ventesima edizione della Modella per l'Arte, che si svolge con il patrocinio del comune di Riccione e della Provincia di Rimini, è prevista in ottobre presso l'hotel Le Conchiglie di Riccione, dove saranno assegnati pellicce della Escandar di Milano, gioielli della R.C.M. di Valenza, biciclette mountain bike di Fera, borse di Carluccio Bianchi.
Al Cà Bianca di Milano erano presenti, quali ospiti, Valerio Merola, la creatrice di vetrate artistiche Carol De Antoni, Emanuela Fogliero, Alfredo Papa, Sandro Paternostro con Carmen Di Pietro, designata "modella per l'arte ad honorem" (nella foto di gruppo).
La serata è stata letteralmente "infiammata" dallo show latino-americano, cantato e ballato, della show girl Cecilia Gayle e dal suo gruppo di danza composto da ballerine del Tropicana di Cuba e dell'Oba Oba di Rio de Janeiro.

Mio Maskò, mensile per comunicare tra discoteca e mondo esterno

Mensile d'informazione, punto d'incontro fra discoteca e mondo esterno: con questa indicazione sulla copertina, lo staff del Maskò di Rovigo, capitanato da Enzo Ferrari con moglie e figli, ha pubblicato il quinto numero di "Mio Maskò", house organ della nota discoteca veneta. Con questa

iniziativa editoriale, il Maskò si prefigge lo scopo di intraprendere un dialogo tra la discoteca e il "resto del mondo", informando contemporaneamente i propri "aficionados" sulle serate e sulle manifestazioni che interessano il locale.
Completamente in bianco e nero, ricco di foto ricordo indelebile di serate di successo, Mio Maskò, nel numero di maggio si occupa anche di problemi sociali, come il razzismo, e giovanili, come l'uso del contraccettivo. Grande spazio è dedicato inoltre a interviste a disc-jockey, cinema, personaggi del mondo dello spettacolo e non.
Una rivista, dunque, che merita un plauso per la professionalità con cui è redatta e per lo scopo che persegue.

La Fabbrica ospita Marina Rei e "Green Session '96"

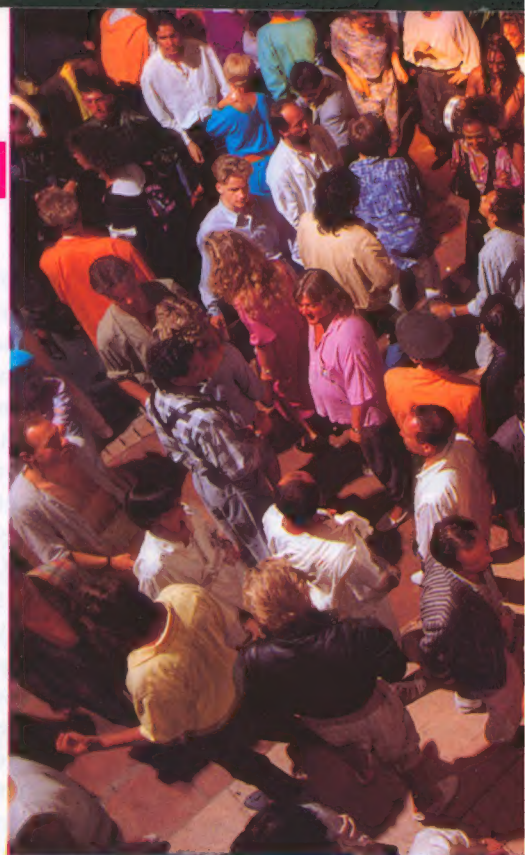
La cantautrice Marina Rei, rivelazione dell'ultimo festival di Sanremo, dove ha vinto il premio della critica, si è esibita recentemente presso la discoteca La Fabbrica (Centro Ex Gaslini) di Pescara in un interessante concerto. La giovane artista romana ha presentato anche il suo ultimo album omonimo che contiene, tra gli altri, il nuovo remix "I sogni dell'anima", pezzo prodotto da Todd Terry, produttore di Madonna, Janet Jackson e Everything But the Girl.
Alla Fabbrica, e precisamente nell'esclusivo privée "Il Barrito", ha preso il via di recente anche un'altra importante manifestazione: "Green Session '96". In particolare, "Green Session" è una manifestazione di musica live, realizzata in collaborazione con Birra Heineken, che dura nove settimane e nella quale si esibiscono gruppi musicali che vengono premiati dal pubblico attraverso una singolare procedura: i voti ai complessi musicali sono infatti dati dal pubblico attraverso dei tappi di birra Heineken che vengono inseriti nell'urna della band prescelta.
Al termine della gara, il gruppo che totalizza più tappi vince un premio in gettoni d'oro del valore di 2.000.000 di lire.
Alla fine di luglio, le prime due band di ogni circuito s'incontreranno nella serata finale, in programma sempre al Barrito. Il vincitore firmerà un contratto per la produzione di un cd e per due serate in altrettanti Heineken Music Club.
Interessante anche il parallelo concorso per il pubblico: nei 20 locali verranno posizionate altre urne, dove i consumatori delle birre Heineken potranno compilare e imbucare delle drink card complete di tre bollini comprovanti l'acquisto di altrettante bottiglie di birra e nella serata finale potranno vincere un motorino Zip Piaggio e un week-end per due a Parigi. Da segnalare anche "Bicincittà", manifestazione ciclistica svoltasi a Pescara a favore della lotta contro la sclerosi multipla e che ha avuto come punto di ritrovo proprio l'Ex Gaslini.

Successo confortante per la colonna sonora del film "Sunset Park"

La colonna sonora del film "Sunset Park", distribuita in Italia su etichetta eastwest/CGD, va

a gonfie vele: si è insediata infatti al quarto posto della classifica di Bilboard degli album più venduti negli Stati Uniti.
L'album mantiene inoltre il primo posto della classifica dei Rythm & Blues. Un risultato del genere era prevedibile, anche perchè "Sunset Park" è una vera raccolta del meglio della produzione rap americana del momento. Tra i nomi da segnalare spiccano quelli di 2 Pac, Tha Dogg Pound, Mobb Deep, Queen Latifah, Mc Lyte, Adina Howard, Junior Mafia, Big Mike, Miles Goodman.
Sempre su etichetta eastwest/CGD, dopo un fortunato periodo di promozione, è in distribuzione anche "Stella Maris", ultimo album di Carlo Muratori.

Le proposte del Bandiera Gialla di Rimini

Il Bandiera Gialla di Rimini è da sempre un mito: quest'anno, dopo la tradizionale inaugurazione che ha coinvolto anche il noto d.j. animatore Umberto Benotto, si appresta ad affrontare una nuova stagione estiva con numerose novità. Locale polifunzionale, al Bandiera Gialla (foto a lato), curato come sempre da Bibi Ballandi, è possibile ballare sull'ampia pista; chiacchierare nel fresco pub "The Brewery"; incontrare gli amici nell'atmosfera di una tradizionale "Osteria"; ammirare gli artisti di "murales" all'opera; scoprire i movimenti sensuali dei balli latino americani con maestri di danza; visitare il "Teatrino delle Sorprese"; partecipare alle iniziative proposte ogni sera dal nutrito staff di animatori; rivivere il mito americano nello spazio dedicato alle Harley Davidson.
Dulcis in fondo, al Bandiera Gialla, autentico supermarket estivo del divertimento notturno, i più coraggiosi e spericolati possono persino arrampicarsi su una parete di roccia artificiale e sentirsi un po' "free-climbing". Ma non finisce qui. Al Bandiera Gialla, è possibile navigare su Internet e comunicare con il mondo intero nella "Space Zone" organizzata da Apple Computer in collaborazione con Telecom.
Un locale per tutti, dunque, anche per i "giovanili" con figli che hanno la possibilità di scatenarsi sulla pista dopo aver affidato il proprio bambino al "Kindergarden", zona creata nel locale per il divertimento dei più piccini. Oltre a Umberto Benotto, da segnalare

anche i d.j. Paolone e Master Bubi. La musica del Bandiera Gialla viene trasmesso in diretta su Radio Dimensione Suono.

Se volete che i giornali parlino di voi contattate Nuvola P. Vasari

Gli americani sostengono, a giusta ragione, che quello che conta non è ciò che si fa, ma quello che si fa sapere. Spesso, per catturare pubblico, le discoteche utilizzano la pubblicità tradizionale acquistando spazi su quotidiani, emittenti radiofoniche o investono parecchi milioni in inviti e manifesti senza rendersi conto che un ufficio stampa qualificato permette di ottenere gli stessi risultati con un costo decisamente ridotto. Insomma, fare in modo che il quotidiano e le radio locali, settimanali o mensili scrivano del locale e di quello che organizza non è difficile: bisogna solo sapersi organizzare nel modo giusto.
Giornalista in una testata "gossip" di un importante gruppo editoriale, Nuvola P. Vasari (nella foto sotto) è personaggio originale: estroversa, dinamica, creativamente avant-garde, esperta delle tendenze del popolo della notte di cui conosce in anteprima i retroscena.

Collaboratrice e amica di molti proprietari di locali, Nuvola è specializzata nella cura dell'immagine e dell'ufficio stampa di discoteche, professione che comprende diverse mansioni: selezione del materiale fotografico, realizzazione di cartelle e brochure di presentazione del locale, contatti con i mass media. Dunque, se avete una discoteca a Milano o comunque in Lombardia e avete intenzione di creare, per il vostro locale, un serio ufficio stampa, non dovete fare altro che contattare Nuvola P. Vasari (tel. 02/2550693-0330/893046).

Partenza felice per il Triangolo Open di Novedrate

È ormai la discoteca estiva più conosciuta e frequentata nella provincia di Como. Il Triangolo Open di Novedrate, come ogni anno, a metà maggio ha inaugurato la stagione estiva. La partenza del locale di Giuseppe Iannantuoni (presidente regionale per la Lombardia e consigliere nazionale SILB) e di Fiorenzo Colombo ha gettato confortanti basi per una stagione positiva. All'inaugurazione, infatti, è accorso un pubblico numeroso, segno dell'affetto per questo splendido locale di 7000 metri quadrati, in cui il prato verde all'inglese e il romantico laghetto s sposano perfettamente con la tensostruttura creata per coprire la pista da ballo e l'originale bar a quadrato. Giuseppe Iannantuoni e Fiorenzo Colombo (rispettivament a sinistra e a destra nella foto sotto) si sono dimostrati ancora una volta all'altezza della situazione. Per non deludere le aspettative del vicinato, hanno eretto una barriera anti rumore che impedisce alla musica di travalicare i confini della discoteca. Nella serata inaugurale della stagione estiva '96, al Triangolo Open si è ballato con la musica proposta dal d.j. resident G. Effe e con quella specialissima di Miko, noto d.j. di Radio Capital, affiancato, per la coreografia, luci da Pinocchio, d.j. light d'eccezione.

2° edizione del Festival Nazionale Artisti di Pianobar

L'Associazione per la Promozione Turistica di Fanano (rinomato centro turistico in provincia di Modena) ha organizzato, tra la fine di luglio e i primi di agosto, la seconda edizione di un concorso assai interessante: la selezione nazionale per artisti che abitualmente si esibiscono nei pianobar.
La selezione, riservata a cantanti (singoli o gruppi), a cantautori, a compositori e musicisti, è patrocinata dall'Assessorato Turismo e Cultura della Regione Emilia Romagna, dalla provincia di Modena e dalla Comunità montana del Frignano.
Nell'intento di valorizzare la presenza dei giovani nella musica da intrattenimento (scopo senz'altro utile per un settore sempre alla costante ricerca di nuovi talenti) e di fornire loro occasioni d'incontro con operatori artistici, culturali e professionali della musica leggera italiana, la manifestazione (per informazioni 0536/68696 – 0336/734868) si suddivide in tre categorie: interpreti di pianobar, compositori e under 18.

Francesca Gollini da "Non è la Rai" a...Cat Francy

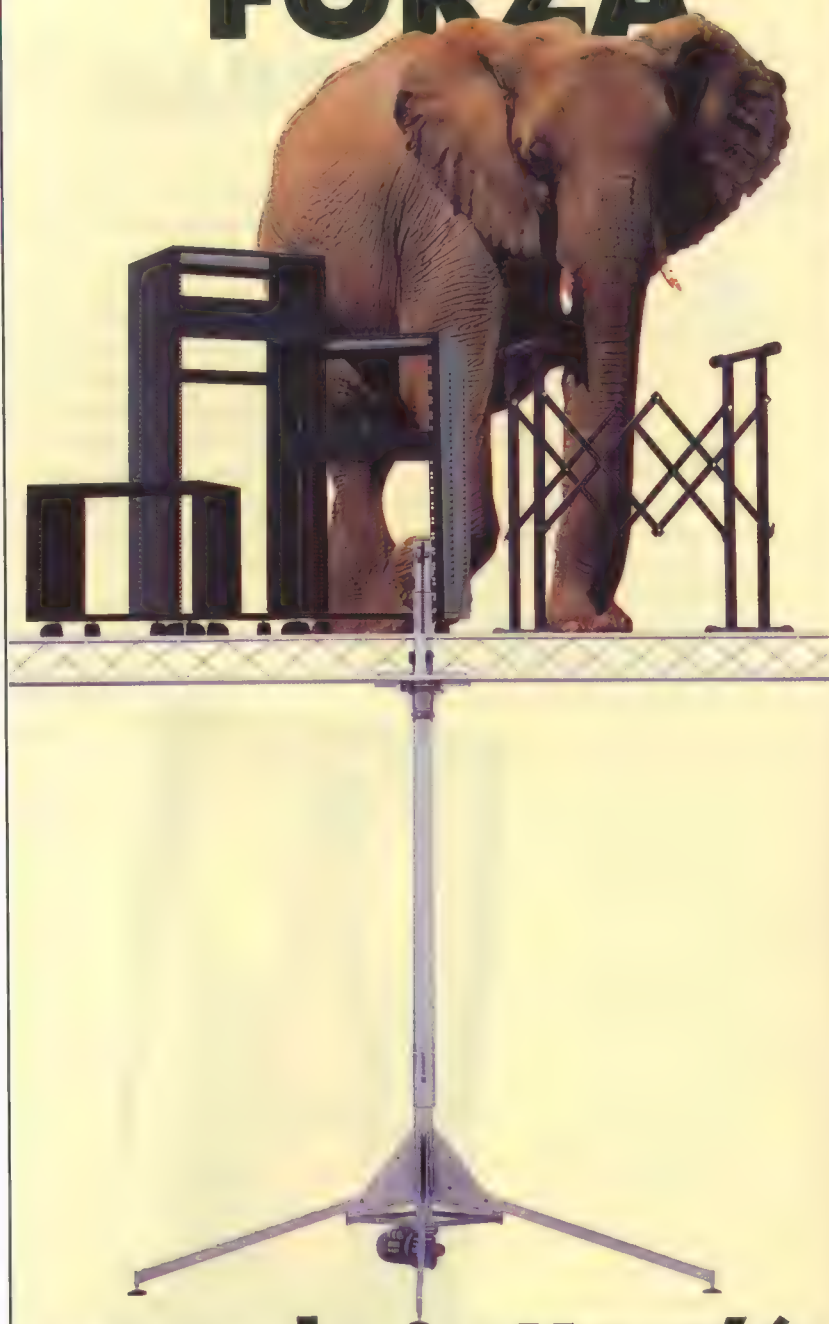
All'anagrafe è Francesca Gollini (nella foto sotto) di Igea Marina, 19 anni.
Inizia a cantare a 14 anni partecipando prima a vari festival e poi a quello delle voci nuove di Castrocaro Terme, dove presenta "Favola", un brano suo con music[a] di Stefano Bianchi e Riccardo Mussoni del Mubi Studio di Rimin[i] i due che l'hanno scoperta.
A 15 anni si trasferisce a Roma, chiamata da Gianni Boncompagni per lo staff di "Non è la Rai": diven[ta] ta Francesca da Bellaria, capelli corti e debutto come soubrette.
Per due anni non più solo canzoni ma giochi, quiz, balletti e soprattutto un dialogo con i giovanissim[i] che la porta a ricevere centinaia di

Hara Fyre grande scoperta all'Hollywood di Giampaolo Marconi

Per ventitrè anni Haras Fyre (foto sopra) ha girato il mondo come musicista. Dopo aver suonato il basso nell'orchestra di Duke Ellington ha avuto un momento di gloria quando, suonando con i Drifters, ha ottenuto il "World Hit" con la canzone "Under the Boarwalk". Dopo aver vissuto diversi anni a New York, dopo aver scritto canzoni per Isaac Hayes, Martha Reevs, Gary Glitter, Ben E. King, Steven Miller, oltre a molte canzoni per produzioni cinematografiche (è sua la colonna sonora del serial televisivo della famiglia Addams), sbarcò in Germania, dove ha lavorato parecchio per la televisione. Infine destino ha voluto che approdasse a Bardolino, più precisamente all'Hollywood, che è uno dei locali più prestigiosi e frequentati d'Italia. Qui Giampaolo Marconi, imprenditore con il fiuto delle novità, interpretando la sempre crescente voglia della gente di musica dal vivo anche nelle discoteche, ha ingaggiato Haras Fyre per la stagione 1996: lo straordinario musicista di colore si esibisce nel pianobar dell'Hollywood, dove sfoggia il suo repertorio di altissima qualità. Da segnalare, sempre all'Hollywood, le serate di gemellaggio con altri prestigiosi locali della penisola, tipo Paradiso di Rimini, Sesto Senso di Desenzano, Pineta di Milano Marittima, Prince di Riccione.

lettere al giorno.
Però Francesca ha la canzone nel sangue. "Rosso", un suo successo, piace talmente a Mina che lo inserisce nell'album "Canarino Mannaro". Con lo stesso brano, che fa parte di una compilation, vince il disco d'oro: 150.000 copie vendute.
Francesca Gollini ha grinta, fantasia, carattere e voglia di cambiare. A 17 anni lascia "Non è la Rai" e si avventura in tour nazionali per stabilire un contatto diretto con il pubblico. Che abbia trovato il filone giusto? Conoscendola, è facile dire di no.
Ed ecco, puntuale, la nuova esperienza musicale di Francesca: è cominciata da poco, con il nome di Cat Francy e il look non sofisticato di una diciannovenne che ama la discoteca.
Sabato 1 giugno Cat Francy ha presentato in anteprima all'altro Mondo Studios di Rimini il suo nuovo disco "Only Imagination", frutto di una collaborazione fra Mubi Studio, Digital Team Studio e Alby Studio, prodotto dalla Ala Bianca e distribuito dalla Dig-It International.

Esterno dal vivo all'Avila di Mario Mistraletti

Soluzione assai originale quella ideata da Mario Mistraletti e Gianni Tonoli per animare la stagione estiva all'Avila di Rivalta, provincia di Piacenza, splendida discoteca collocata in un antico castello e attrezzata con un rigoglioso spazio estivo.
Per catturare quel genere di pubblico che, tradizionalmente, non frequenta le discoteche o per diverse ragioni ha smesso di frequentarle, Mistraletti e soci hanno avuto una pensata intelligente: animare lo spazio esterno, tutti i sabato sera, con l'esibizione di alcune orchestre che propongono un repertorio musicale che abbraccia gli anni Sessanta, Settanta e Ottanta. Fra queste da segnalare il gruppo Invidia, solitamente ospite alla Capannina di Forte dei Marmi.
L'ambiente si presta, l'idea è azzeccata è l'estate si preannuncia per l'Avila (Tel. 0523/978382 – 0337/908382) ricco di sorprese.
Senza dimenticare che continua a funzionare lo spazio interno del locale, con programmazione musicale affidata al dee-jay Maurizio Vani.

BAR & BARMAN

Segnalazioni di
Danilo Bellucci

■ Bibite, succhi di frutta, birre, liquori, lisci, gasati o...miscelati da abili mani, sono l'altra metà della grande mela della notte. Questa rubrica vi propone puntualmente il meglio offerto dal mercato.

Lemonhead, il primo e unico Alcopop Drink

La novità dell'estate '96 nel campo dei drink si chiama Lemonhead (alla lettera, testa di limone). Non si tratta soltanto di una bevanda, ma - come afferma l'azienda che la distribuisce - di "un nuovo concetto di bevanda". È ottenuta aggiungendo alla spremuta di sei diversi tipi di limone una giusta quantità di zucchero e bollicine e un po' di alcol (4,9%, ovvero la percentuale media di gradi alcolici presenti in una birra). Lemonhead é il primo e unico Alcoholic Drink al gusto di limone ad entrare nel mercato italiano per inaugurare, anche da noi, quel fortunato mercato che gli angolosassoni hanno battezzato degli "alcopop drink", le bevande alcoliche leggere.

Lemonhead é lanciata in Italia dalle Industrie Poretti - la terza industria birraria italiana, già conosciuta attraverso i marchi Tuborg, Calsberg, Castlemaine XXXX, Splugen, Elephant, Devil's Kiss e Tetley's - che l'hanno scoperta in Inghilterra dove, a soli pochi mesi dal lancio, l'alcoholic lemon drink sta vendendo circa tre milioni di bottigliette alla settimana.

Questa nuova bevanda é venduta in bottiglie in vetro scuro a collo lungo da 33 cl, immediatamente riconoscibili grazie all'etichetta a colori solari sulla quale spicca il volto stranulato di un allegro signore dalla testa di limone; va bevuta freddissima e rigorosamente "a canna". I giovani italiani possono apprezzare Limonhead dalla fine di aprile, quando le Industrie Poretti hanno iniziato a distribuirla in circa 60.000 punti vendita (bar, discoteche, pub) su tutto il territorio nazionale. Lemonhead é innovativa anche nella comunicazione, che é caratterizzata da una pubblicità irriverente condotta tramite affissione, radio e feste ..."fuori di limone", un divertente e leggermente alcolico "sballo".

Per saperne di più, Corrado Cappuccio della Birra Poretti, Tel. 0332/208111.

Absolut Phenomenon, una festa nelle discoteche "trend"

È partita da Milano, con una fest al Beau Gest, l'iniziativa "Absolut Phenomenon", che coinvolge alcuni fra i locali più "trend" d'Italia, per concludersi il 20 luglio ai Pozzi di Loano (SV) dopo quindici appuntamenti: Beau Gest, Freccia (Piumazzo - MO), Operà (Montebelluna - TV), Shocking (MI), Vanità (Vigevano - PV), Nuvolari (CR), The Field (Carpaneto - PC), Albert Club (Fino Mornasco - CO), Parco dele Driadi (Castell'Arquato PC), Dada Umpa (PR), Suerte (Laigueglia - SV), Avila (PC), Kursaal (Pallanza - VB), La Cambusa (Lido di Pomposa - FE), Cavallino (Ortisei). Nelle discoteche si é potuto e si può degustare la Absolut Vodka avere in dono il portafortuna Lucky Piece in argento, che per l'occasione ha le fattezze della moneta incastonata nella bottiglia della Absolut. Absolut Phenomenon non é indicativo della crescita che questo prodotto ha raggiunto sia i termini di vendita (é al secondo posto fra le vodke nel mondo) che di notorietà. Negli Stati Uniti, ad esempio, la vendita di Absolut Vodka cominciò a metà del 1979 e 15 anni dopo le vendite erano aumentate di oltre 65 volte; in Italia nel 1995 sono cresciute del 32%: e ciò in controtendenza rispetto al trend del mercato degli alcolici, caratterizzato da una fase di riduzione dei consumi.

Una curiosità. Da quando Andy Warhol, ispirandosi alla inconfon-

dibile forma della bottiglia di Absolut Vodka, creò un quadro diventato famoso in tutto il mondo, altri 300 artisti, fra pittori, scultori e designer, se ne sono occupati.

Four Roses per la cantante israeliana Noa

Four Roses, il conosciuto bourbon whiskey americano, ha promosso il tour italiano di Noa, l'eclettica artista israeliana nota non solo per la sua bravura ma anche per l'impegno a favore della pace fra i popoli. Il sodalizio é stato suggellato nella suggestiva Valle dei Templi d'Agrigento, che il 17 maggio scorso ha ospitato il primo di oltre dieci concerti in programma questa

estate. Disco d'Oro d'Israele nel 1991, Noa ha subito scalato le hit parade internazionali, conquistando il pubblico con la sua musica, originale sintesi fra melodie di tradizione yemenita, canto sinogogale, Joni Mitchell, musica folk e musica d'ambiente alla Pat Metheney. L'impegno di Four Roses a favore della musica costituisce un cambiamento importante nella strategia di comunicazione del prodotto, che già nel 1996 aveva fatto parlare di sé con una grande campagna stampa e di affissione internazionale focalizzata sul concetto "Also roses have thorns" e declinata in Italia con l'headline "Colpire é la sua passione".

Heineken Green per un'estate '96 giovane e spumeggiante

Il desiderio di ampliare la propria presenza nel settore della musica di qualità, da sempre un vessillo della multinazionale olandese della birra, e di creare un nuovo modo di riferimento per le giovani generazioni, ha spinto la Heineken a cercare un protagonista musicale che faccia proprio questo spirito di aggregazione giovanile, contribuendo musicalmente al progetto. Sarà dunque rock, punk, rap o soul il successo dell'estate '96? Oppure sarà dance, ska o hip-hop? E come si ballerà? Lo sapremo nelle prossime settimane: visto l'alto livello qualitativo dei contributi vagliati, sono previste grosse sorprese. Il tutto sfocerà in una spumeggiante attività estiva che riguarderà l'intera penisola, con iniziative e animazioni musicali dedicate ai giovani. Per informazioni, contattare Eidos - Claudia Tani/Roberto Benetta - tel. 02/8900870.

Umberto Caselli nuovo presidente dei barman AIBES

Cambio della guardia ai vertici AIBES, Associazione Italiana Barmen e Sostenitori, ovvero la corporation che raggruppa tutti i barmen professionisti d'Italia e alcune aziende di beverage. Il presidente uscente, Ferruccio Bocus, ha rassegnato le dimissioni nel corso di una riunione del Consiglio nazionale, svoltosi ad Asti; gli subentra Umberto Caselli. Barman professionista da molti anni, impiegato presso il bar dell'hotel Michelangelo di Milano, Umberto Caselli era già stato presidente AIBES alla fine degli anni Ottanta per poi occuparsi dell'IBA, l'Associazione Mondiale dei Barman. ◄

INDIMENTICABILE **MON AMOUR** LIQUORE CHE PIACE ALLE DONNE

Seguendo il motto a lui più congeniale, che si esprime nello slogan dell'azienda, "Dove il gusto del bere lascia il posto al piacere del degustare", Gianni Bagnoli, insieme con il fratello Camillo, titolari delle omonime Distillerie, propongono un nuovo prodotto ad alta qualità: Mon Amour. Si tratta di una crema di liquore di cioccolato e caffé ed è da considerarsi il nuovo "brand" delle Distillerie Bagnoli. Particolarmente adatto al pubblico femminile, Mon Amour è stato prodotto con ingredienti base che fondono in un perfetto equilibrio le migliori miscele di caffè arabico con il cioccolato amaro; il tutto è reso particolarmente cremoso dalla presenza di panna dei nostri migliori pascoli alpini. La gradazione alcolica di Mon Amour, appena 16 gradi, è data dal whisky di puro malto. Una caratteristica essenziale di questo nuovo liquore è la sua versatilità: il brand di Bagnoli, infatti, si può gustare liscio, fresco, ma mai ghiacciato e rappresenta anche un'ottima base per cocktail. In gelateria, Mon Amour è apprezzato come guarnizione nelle coppe gelato a base di creme (panna, nocciola, caffè, ecc.), e negli affogati.

Il Pandoro, tipico dolce di natale e fine d'anno, cosparso di un sottile strato di Mon Amour è una golosità da provare.

Il brand delle Distillerie Bagnoli è commercializzato attraverso i classici canali di mescita specializzata (discoteche, pub, disco bar, piano bar e american bar) ed è in vendita nelle migliori enoteche. Una delle più recenti novità da ricordare delle Distillerie Bagnoli, specializzata inoltre in sciroppi e succhi per utilizzo professionale, è la gamma Bouquet, mix di pregiati prodotti italiani. In particolare, Bouquet è un liquore a base di vodka panna e frutta. Proposto in quattro gusti (Vodka Panna & Limone, Vodka Panna & Pesca, Vodka Panna & Fragola Vodka Panna & Frutti di Bosco Bouquet va consumato preferi bilmente liscio, nel dopo pran zo, e sempre ghiacciato. Ideal anche per cocktail, Bouquet, per il basso contenuto alcolic è un drink particolarmente gr dito al pubblico femminile.

RED BULL PROTAGONISTA DELLE NUOVE TENDENZE GIOVANILI

Il presidente nazionale SILB Bruno Cristofori ha stappato una lattina, ne ha assaggiato un sorso, poi ha stretto calorosamente la mano a Pietro Biscaldi. "Se dà energia come davvero si dice, diventerò anch'io un consumatore assiduo. Da qualche tempo gli impegni di presidente dell'Associazione sono sempre più pesanti e pressanti". Occasione dell'incontro Nightwave '96, prima fiera dedicata alle tendenze giovanili che si è svolta a Rimini e alla quale dedichiamo un ampio servizio in altra parte del giornale (pagg. 28/33). A Nightwave l'azienda Biscaldi ha avuto un ruolo di primo piano con un doppio stand collocato proprio nel padiglione centrale. Due spazi speculari, uno contrassegnato dai colori blu e argento per promuovere Red Bull, l'energy drink più consumato al mondo che da qualche tempo viene distribuito finalmente anche in Italia da Pietro Biscaldi. Red Bull, come abbiamo già avuto occasione di scrivere, è bevanda emergente destinata soprattutto a venire consumata in discoteche e locali notturni, dove si balla e dunque si bruciano le energie che vanno reintegrate con una bevanda tonica e gradevole. Red Bull, degustato con curiosità e interesse da migliaia di frequentatori di

▲ ▼ Qui sopra, il presidente nazionale SILB Bruno Cristofori insieme con Pietro Biscaldi. In basso, a sinistra, lo stand Biscaldi a Nightwave; sotto, Red Bull, energy drink più consumato nel mondo.

Nightwave, è stato l'argomento di uno dei molti work-shop che si sono svolti in parallelo alla manifestazione.
All'incontro, titolato "Red Bull e il fenomeno degli energy drink. Il nuovo stile del beverage" con esperti di settore ma anche curiosi, era presente Markus Pichler, area manager della casa madre austriaca che si occupa, in sinergia con Biscaldi, delle stragie commerciali per l'Italia. Dopo un filmato assai interessante, una sorta di videoclip destinato a sottolineare le qualità del prodotto in lattina, Pichler ha ribadito che Red Bull esiste da 10 anni, che fra gli oltre cinquanta energy drink sul mercato risulta bevanda leader, consumata in 15 paesi in oltre 120 milioni di lattine e che conta estimatori illustri. Regolari consumatori di Red Bull sono, infatti, Mick Jagger cantante solista dei Rolling Stones, il tenore Josè Carreras, i Simple Red. "Il fatto più strano è che Red Bull, come tutti gli energy drink", ha sottolineato Markus Pichler, "sia soggetto, in Italia, ad una campagna denigratoria e malvisto dalle autorità che si occupano della Sanità pubblica. Come se, negli altri paesi in cui viene commercializzato, il prodotto non fosse già stato sottoposto a esami e accurate verifiche". Tornando a Nightwave, va detto che, oltre a quello di Red Bull dove campeggiava una vecchia Mini Minor con i colori della bevanda, anche lo stand istituzionale di Biscaldi ha subito un vero e proprio assalto. Nello spazio coordinato da Francesco Remondini e Vania Gallione l'azienda promozionava i propri cavalli di battaglia: l'ormai mitica birra messicana Corona Extra, le birre Giraf, Red Stripe, Sapporo, Polar, Pacifico, Miller, l'ormai famosissima Ty Nant, acqua nella bottiglia blu, la gamma di Te Lipton Original in bottiglia, una delle più recenti acquisizioni di Biscaldi. A Nightwave, primo evento dedicato alle tendenze giovanili, protagonista indiscusso si è confermato Red Bull, energy drink destinato a stimolare il corpo e lo spirito di chi, come sottolineava Pichler, "vuole vivere la vita a mille". ◀

DJ, PIERRE E DINTORNI

Mixaggio di
Roberto Piccinelli

■ D.J., P.R. e direttori artistici sono ormai entrati a pieno diritto nel mondo delle discoteche. Questa rubrica si propone di raccontare dal vivo il lavoro dei professionisti del divertimento notturno.

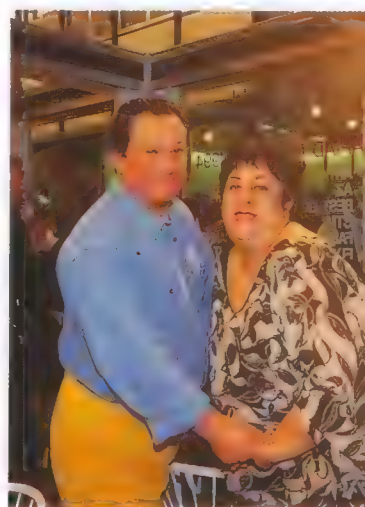
Ballare fra i campi di terra rossa

Come andare ad assistere a un incontro di tennis fra due dei migliori giocatori del mondo e ritrovarsi a ballare sulla pista di una disco-tenda costruita a fianco dei nuovissimi campi in terra rossa del Foro Italico di Roma.
Eh sì, perché il villaggio degli Internazionali di tennis ha potuto contare quest'anno sulla collaborazione di quattro importanti locali della Capitale: il Follia (nella foto i fratelli Flamini, titolari del locale insieme con Fabiano Lofaro), il Tinapica, il Bella Blu e l'Alexanderplatz, che fino alle due di notte offrivano al pubblico una vasta serie di intrattenimenti musicali, fra cui spiccava, a partire dalla mezzanotte, una vera e propria discoteca. Potenza del ballo!

Il villaggio del divertimento Match Music

Chi non amerebbe trascorrere le proprie notti sulla spiaggia ad ascoltare musica o, ancor meglio, a fare follie? Probabilmente questo é il desiderio segreto di tutti, ma più di una schitarrata in compagnia é sempre stato difficile fare. Adesso, però, é arrivato il momento del Territorio Match Music, ossia un lembo di spiaggia di Riccione dove ci si può divertire a qualunque ora della giornata, pur rimanendo costantemente a contatto con l'acqua marina. Fino a fine agosto il Beach Village si trasforma nel quartier generale della trasmissione televisiva Match Music e dei suoi protagonisti, ma soprattutto si trasforma in un vero e proprio villaggio del divertimento in riva al mare. Rampe per lo skate-board, campi di basket e beach volley, aree per il fitness, venditori di piadine fanno da contorno ad un palco sul quale si esibiscono dal vivo giovani artisti del calibro di Articolo 31, Dirotta su Cuba, Dhamm e Aleandro Baldi. Insomma, anche grazie alla collaborazione di Radio Italia Network, nel Territorio Match Music c'é sempre qualcosa da fare. Tanto per dare indicazioni precise, si sappia che il programma serale prevede un cocktail con i dj alle 21, un concerto alle 23 e film alle 24: buon divertimento

Una consolle made in U.S.A. per il Paradiso

Gianni Fabbri (nalla foto insi me con Big Laura), patron Paradiso di Rimini e indiscusso guru del mondo della notte, un fa e cento ne pensa.
E non crediate che sia un'esager zione, perché per dare un volto nuovo al Paradiso Estate 96 di Rimini non si é limitato ad inga giare un consulente musicale de calibro di Maurizio Clemente e pierre trendy del livello di Simo Spirity ma ha deciso di dotare il locale di una consolle assolutam te unica in Italia. Si tratta infatt una struttura ricavata assemblar pezzi della mitica postazione dj dello Zanzibar di New York, che permette ai professionisti del m di lavorare con vinile, cassetta,

perfino dat.
Una struttura che farà la felicità dei numerosi dj americani, abituati a lavorare nelle consolle delle discoteche d'oltreoceano con questo tipo di strumentazione.
Ma si tratta anche di una struttura altamente spettacolare, perché nella parte superiore presenta un rilevatore di potenza del tutto simile ai contachilometri delle macchine francesi degli anni '70, vedere per credere.

Il vento caldo dell'estate porta tante novità

Arriva il caldo e i giovani scalpitano per trascorrere le loro notti all'aperto? I principi del divertimento si adeguano e inaugurano nuovi spazi estivi freschi, fiabeschi. Qualche esempio? A Colombaro di Formigine (MO) Andrea Galli lancia il magico giardino estivo di Villa Aggazzotti, a Fasano (BR) Sandro Toffi porta alla ribalta la Disco delle Rose, una discoteca ricavata all'interno del noto Zoosafari e a Santa Cesarea Terme (LE) Roberto Rizzo inaugura Guendaline, uno spazio dance realizzato all'interno di un campeggio a strapiombo sul mare e interamente dedicato al computer preferito dal "nonno multimediale" di "Mai dire gol": questo sì che vuol dire essere tempestivi!
Per non parlare di Ostia, dove i manager della notte hanno pensato di creare il vero alter ego di Fregene, allo stesso modo in cui Riccione lo é da sempre di Rimini. Ecco quindi spiegato il perché, dopo anni di quasi totale assenza in loco di discoteche, David Ranucci ha inaugurato il Tortuga, un locale in stile piratesco e caraibico, Giancarlo Bornigia ha ideato lo Smile Mare, rifugio dello scatenato pubblico progressive, Antonio e Renato Caruzzi hanno acceso le luci del Gossip Beach, concentrato di musica live ad alto livello qualitativo, e Luigi Lazzaroni, spalleggiato dal dj Pino Tedesco, ha dato vita all'Open Gate Summer.

La stella cometa del divertimento notturno

Giovani di tutta Italia attenzio-ne: dove vedrete una scarpa gigante librarsi nell'aria potrete essere sicuri che lì si svolgerà una festa assolutamente da non perde-re. La Lotto infatti ha deciso di p-sentare la sua nuova calzatura sp-tiva "B 1" nelle trenta migliori discoteche d'Italia. Ma più che u presentazione é un happening in-menticabile, visto che ad accogli i giovani c'è, sospeso in un cielo notturno illuminato a giorno, un "gonfiabile" della lunghezza di tr metri riproducente nei minimi d-tagli l'innovativo prodotto dell'azienda di Montebelluna (TV pronto a trasformarsi nel corso dell'estate in una sorta di stella cometa del divertimento notturn

Green Wawe Tour: notti calde in 80 discoteche

Le notti più calienti dell'estate 1996 si svolgono in 80 discoteche scelte da Heineken per ospitare una carovana piena di giochi, animazioni, splendide ragazze cubo e una colonna sonora caratterizzata da "The beat of the green" (foto sopra) il nuovo hit-single che Fargetta, noto d.j. di Radio Dee Jay, ha realizzato per l'occasione. Tutti i partecipanti a queste magiche serate potranno registrare video messaggi personalizzati sui temi più attuali dell'estate per poi rivedersi e riascoltarsi su qualche emittente televisiva. E non finisce qui, perché ai ragazzi che accorreranno all'Embassy di Rimini, al Kursaal di Lignano Sabbiadoro (UD), ai Pozzi di Loano (SV), al Florida di Ghedi (BS) e in molte altre discoteche della nostra penisola, le animatrici Green Cubes insegneranno i passi del ballo più divertente della stagione calda.

A tale spettacolare richiamo corrisponde una festa di uguale intensità emotiva, perché, proprio per tradurre in pratica quell'innovativo concetto di "modularità" insito nella "B1", le serate in discoteca vengono costruite a seconda del pubblico che ci si ritrova davanti.
Musica "underground" o "progressive" e atmosfera "trendy" o "radical chic" verranno miscelate da Dr. Felix e Killer Faber (nella foto in basso della pagina accanto), i due pirotecnici disc-jockey che, in base alla tipologia dei giovani presenti, si alternano alla consolle con programmi realmente "modulari".
Iniziato allo stadio di San Siro di Milano, il tour organizzato dalla Dna prevede tappe al Central Park di Firenze (4 luglio), al Prince di Riccione (6 luglio), al Fura di Lonato (12 luglio), al Muretto di Jesolo (13 luglio) e alla Capanna di Pesaro (19 luglio).

Estate "tribale" al Prince di Riccione

La cornice estiva del Prince è un percorso sullo Street-Style che dagli anni '40 agli anni '80 ha segnato tappe importanti nei trend giovanili, nel linguaggio, nella musica e nella moda della cultura di massa. Ogni week-end è dedicato a uno style tribe e cioè a una tribù: su un palco realizzato nella zona estiva, si esibisce tutto lo staff di animazione del locale che in una performance ballata e sfilata rappresenta la tribù selezionata. Partner dell'operazione è A.N.G.E.L.O. Vintage Palace di Lugo, che cura il look dello staff. Angelo Caroli e Mario Gulmanelli, titolari di Vintage Palace, da oltre quindici anni girano il mondo alla ricerca di abiti usati dei generi più disparati e li ripropongono, dopo averli selezionati suddivisi e igienizzati, a Lugo (Ravenna), in uno splendido palazzo di tre piani ristrutturato appositamente. L'"archivio" di Angelo dispone di abiti dal 1920 al 1980.
La programmazione Prince degli Stykertribes è stata suddivisa in epoche: 1940 (Bikers-Western); 1950 (Dolce Vita-Rockabillies); 1960 (Hippies-Psycadelia-Mods); 1970 (Punks-Scaters); 1980 (Cyber-Pervs). Da segnalare anche la recente serata "Tatuaggio e piercing", svoltasi in occasione di Tattooexpo, prima convention nazionale di tatuaggi.

Perché i vostri affari non restino a terra

Ci sono tanti modi per gestire una discoteca: la musica, il pubblico, l'animazione ecc. Ma ciò che è importante oggi per non vanificare gli sforzi organizzativi di Voi gestori è scegliere il modo più efficace per controllare i costi ed ottimizzare gli incassi della vostra attività. La Drink Card System, consegnata alla vostra clientela in ingresso, per tutte le spese all'interno del locale, rappresenta il sistema più elegante per controllare il lavoro e gli incassi effettuati ai bar, in sala, al guardaroba, semplificare al massimo le formalità nei confronti della SIAE e per l'emissione degli scontrini fiscali, agevolare il più possibile le consumazioni del pubblico ed individuarne i (cattivi) clienti, che non consumano, eventualmente fissando una consumazione minima obbligatoria che il computer addebiterà automaticamente all'uscita. Drink Card System rappresenta l'unico sistema sicuro ed affidabile, le sue migliori garanzie di successo sono rappresentate dalle centinaia di discoteche che già lo adottano e i numerosi tentativi di imitazione mal riusciti.

Drink Card System 10 punti di successo
Elimina i registratori di cassa dai Bar
Garantisce il controllo del lavoro del personale
Elimina la circolazione del denaro
Produce un aumento degli incassi del 20%
Fornisce informazioni statistiche sull'andamento dell'attività
Consente l'ottimale sfruttamento dei diversi regimi SIAE
Permette di eliminare i dannosissimi biglietti omaggio
Controlla la produttività degli addetti alla P.R.
Qualifica l'immagine del vostro locale
Offre un servizio più qualificato alla clientela.
Golden Service
Card System
BANCA D'ITALIA
HF 271177 H
Golden Service srl - 22053 Lecco
Via Al Lago, 6/a - Tel 0341/421896 Fax 422862

testo di
Giuseppe Bonazzoli
Francesco Zazzera
foto di
Pasquale Bove

DI TUTTO UN PO' A **NIGHTWAVE '96**

Discreto esordio della prima fiera-evento di Rimini dedicata alle tendenze giovanili: 30 mila metri quadri, 200 aziende espositrici, quasi 20 mila visitatori, troppo rumore e forse troppi seminari.

Per raccontare in maniera obiettiva questa prima edizione di Nightwave, andata in scena alla fiera di Rimini dal 1 al 4 giugno, bisogna rifarsi alla bottiglia riempita a metà: quella che gli ottimisti definiscono mezza piena e i pessimisti, invece, mezza vuota. Destinata a coagulare i curiosi in eccesso a SIB, non certo a sostituirla, questa inedita manifestazione affidata alle cure di Nicola R. Ticozzi (il presidente APIAD, proprio lui) e Silvia Bugli, si proponeva quale osservatorio sulle tendenze giovanili e dintorni ma è gravitata, invece, sull'universo discoteca e dintorni. Insomma, una lettura di usi e costumi giovanili in chiave notturna. In 30 mila metri quadrati, perlustrati da 19.426 visitatori (11% dall'estero) si sono proposte circa 200 aziende, alcune del settore musica, comunicazione, abbigliamento, food and beverage: talune si promozionavano, altre vendevano al dettaglio: non è stato facile capire se Nightwave era rivolta a chi lavora nelle discoteche o, invece, al popolo della notte che le frequenta.
Inaugurata da Carlton Myers, giocatore di basket e dal direttore generale per la radiofonia RAI Paolo Francia, Nightwave ha ospitato personaggi come Ted Polhermus, George Lapassade, Diego Dalla Palma. Ma vediamo di sintetizzare gli aspetti salienti di questo event.

GLI ESPOSITORI - Diverse le aziende di settore presenti, alcune con proprio stand come Programmi & Sistemi Luce (proponeva un set audio/luci per deejay) , Space Cannon che aveva concesso i propri cannoni per l'illuminazione esterna di notte, presente con Luigi Cabiale e alcuni Black Devil. In modo

diretto c'erano anche T- Shirt Advertising di Ermanno Ceccherini, le ragazze della Red Line di Tiziano Fanfani negli stand del mensile Max, Heineken, Crazy Dance e Mito, nuova bevanda a base di frutta.
Da segnalare, come supporto tecnologico nei padiglioni degli eventi, Clay Paky, Coemar, Outline, Martini e Beppe Riboli (di cui raccontiamo nei box a parte).
C'era la Zucca con Rita Lodolo a proporre le vodke Artic e il Limonito, la Poretti in un animato stand con il nuovissimo Lemonhead, bibita alcolica soft di 4,5 gradi, c'era Distillerie Bottega e, in posizione strategica un colossale stand di Biscaldi con Mini Minor coloratissima e pick-up promozionale per proporre Red Bull, nuova bevanda energetica e l'intera gamma dei suoi prodotti (vedi servizio a pag.20/21), eppoi Lampo e CTM.
Fra le aziende che hanno creduto in

▼ **Beppe Riboli, architetto ingegnoso, a Nightwave ha allestito l'ingresso, il privè e alcuni importanti stand.**

L'ingegno di Beppe Riboli colpisce anche a Nightwave

Salendo al primo piano della struttura che ospitava Nightwave '96, e precisamente di fronte alla sala stampa, era stata realizzata un'originalissima struttura che ha avuto la funzione di priveè per artisti e per la stampa.
La struttura, costruita con un rivestimento in plastica gonfiata e materiale tipo sacchi di spazzatura, è opera dell'ingegno e della fantasia di Beppe Riboli, noto architetto, apprezzato di recente per la sua ultima creazione, il Fura di Lonato (BS), discoteca costruita secondo canoni assai futuristici che apre nuove frontiere e inaugura un nuovo concetto di locale da ballo. Beppe Riboli non si è limitato però all'allestimento del solo privée. L'architetto, operosissimo, ha realizzato anche l'ingresso di Nightwave, lo stand di Trend Discotec e l'ampio spazio di Crazy Dance Network.
All'interno del privée c'era lo spazio della Martini & Rossi, caratterizzato da un bancone nero rivestito con della carta stagnola argentata e curato da due splendide ragazze, Emanuela e Marzia, che invitavano i clienti a rifocillarsi. Della Martini era anche il terrazzo, raggiungibile una volta superato il privée. In questo spazio, denominato appunto "Terrazza Martini", spiccavano gli ombrelloni e i tavolini della nota azienda di beverage. Uno spazio sfruttato adeguatamente da tutti coloro che hanno discusso di affari, potendosi godere al contempo anche le belle giornate che hanno caratterizzato Nightwave '96, sorseggiando un Bacardi Limon, ultima "chicca" della omonima multinazionale.

Clay Paky illumina le grandi sfilate nel Fashion-show

Nightwave, fiera delle tendenze giovanili della notte, non poteva non ospitare anche una serie di sfilate che di queste tendenze ne mostrassero la parte, per certi versi stravagante, di look e d'immagine.
Così, oltre All'Arena Live Show, è stato allestito un altro mega spazio nel quale sono state fatte una serie di originali sfilate, tra cui quella della Diesel, nota azienda di abbigliamento moltro vicina ai gusti e alle esigenze giovanili. Questo spazio, situato nel cuore del padiglione principale di Nightwave, era caratterizzato da una lunga pedana, rialzata rispetto al pavimento, sulla quale originali modelli e modelle hanno sfilato mostrando capi d'abbigliamento.
Per la migliore riuscita di sfilate di questo genere occorreva un'illuminazione particolare, potente e al contempo suggestiva. Caratteristiche che non mancano a Clay Paky, sempre presente nelle manifestazioni più importanti e attenta nella cura di questo tipo di appuntamenti. Clay Paky si è espressa al meglio, creando durante gli happening d'abbigliamento suggestivi giochi ed effetti luce con 19 potenti e affidabili Golden Scan HPE.
La suggestiva coreografia luci è stata completata da due insegui-persona Shadow, che, posti sopra l'ingresso principale del salone, illuminavano i personaggi di volta in volta presenti sul palco.

questa prima edizione di Nightwave anche Diesel Abbigliamento in un mega stand con due sventole di ragazz[e] in abito da sposa, Wrangler, Levi's con il geniale allestimento dell'ultima campagna pubblicitaria proprio nei bagni della fiera.
Imponente lo stand della First, agenzia di security, e nella zona riservata alla stampa naturalmente c'eravamo anche noi, con uno stand di Disco & Dancing e gli amici del Mondo della Birra.

I VISITATORI - Molti quelli che hanno fatto una capatina a Rimini, se non altro per curiosità, anche se gli addetti ai lavori della zona, ovvero quelli che lavorano nelle discoteche della riviera hanno, in un certo senso, snobbato Nightwave puntando a riempire di sera i locali.
Personaggi conosciuti del settore se ne sono visti: il presidente SILB Bruno Cristofori, Lamberto Cantoni, Ennio Sanese, Trinciavelli del Concorde di Chiesina Uzzanese come al solito con famiglia, Gianni Fabbri del Paradiso di Rimini, Ghibly, la sempre affascinante Andrea Durin dell'Almanacco, Gianni Micciché dell'Equipe, il presidente SILB di Perugia Enzo Muscinelli, Marcello Bertini della Novalight che è anche presidente SILB a Viterbo e titolare di due discoteche, Giorgio Biffi, Guido Noselli e Marcello Croce dell'Outline, Renato Ferrari della Clay Paky, Simone Rodella, Milena Forma e Dante Zambelli della Coemar, Luigi Pederzan[i] della Griven, Antonio Morbini della

▶ Ted Polhemus, antropologo americano, durante la conferenza stampa nella quale ha presentato il suo ultimo saggio sui ClubWear.

Scegli il meglio!

QUALITÀ E SICUREZZA INSIEME

*MATERIALI IGNIFUGHI

GAMM

SEDUTE PER DISCOTECHE, NIGHTS, HOTEL, PIANO BAR.

*Materiali ignifughi omologazione ministeriale in classe UNO I EMME

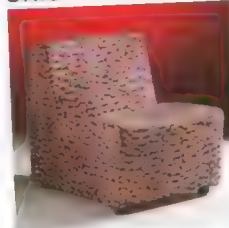
ONDA

BETA

l'arte nell'imbottire

CRIS

LOLLY

ZANCHI Srl

Via Dell'Artigianato 12/14 - 20051 LIMBIATE (MI) Tel. 02/9965565 - 9964517 Fax 02/9967234

Nell'"Arena" grande show Coemar e Outline

Spettacolari, per suono e luci, le manifestazioni che si sono svolte all'interno dell'Arena Live Show, il mega spazio per appuntamenti live situato all'interno di Nightwave.
Arena Live Show ha ospitato infatti un happening musicale, presentato dal dee-jay Albertino, nel quale si sono esibiti noti cantanti dance. Arena Live Show è diventata il centro dell'attenzione quando, nel terzo giorno di fiera, si sono svolte le selezioni e la finale del campionato del mondo per disc-jockey.
Al campionato del mondo, organizzato da DMC di Tony Prince,

hanno partecipato 63 virtuosi della consolle provenienti da 32 Paesi.
I piatti e il mixer d'oro, premio per il campione del mondo, sono andati al danese Noise, che ha preceduto d.j. Tommy di Hong Kong e l'americano Roc Raider.

Di questo contesto spettacolare sono stati parte attiva anche le luci e il suono, rispettivamente firmate da Coemar di Castelgoffredo (MN) e Outline di Flero (BS). Imponenti e sofisticati gli impianti utilizzati dalle due aziende. Coemar ha illuminato l'Arena Live Show con tutta la potenza della gamma Nat, sfoderando 28 Nat TM 1200 Hmi, 8 Nat MM 2000, 16 Nat PC 1200 Hmi, 4 Nat TM 2500 Hmi. Lo spettacolo prodotto dai Nat Coemar è stato coordinato da Simone Rodella, responsabile Coemar per Nightwave '96.
Outline, dal canto suo, non è stata da meno: oltre a Tripla, potente diffusore acustico che unisce alla compattezza prestazioni di alto livello e alla gamma completa di mixer, cavalli di battaglia dell'azienda bresciana, Outline ha utilizzato 8 Monitor Stage 15, 2 monitor Spectra A e 2 sistemi per batteristi composti da subwoofer Minisub e monitor Stage 12.
Come sistema sidefill per il palco è stato installato inoltre, sempre a firma Outline, un completo sistema Road System, impianto multivia modulare a componenti separati, che possono essere messi insieme dall'utilizzatore finale a seconda delle proprie necessità.
L'opera di amplificazione dell'Arena Live Show da parte dei prodotti Outline è stata seguita da vicino da Marcello Croce, consulente e da Giorgio Biffi e Guido Noselli, titolari dell'azienda di Flero. Outline si è valsa della collaborazione del service Musical Mox di Michele Arduini e di tecnici qualificati, tra cui Alberto "Mente" e Gianni Fantini.

Teclumen e Wainer Barbati, sempre attento a tutto ciò che di nuovo accade in questo mondo. Sono transitati da Nightwave, sicuramente incuriositi dalla manifestazione, anche parecchi disc-jockey, alcuni impegnati negli stand, altri semplici visitatori, come l'inossidabile animator Enzo Persueder.

SPETTACOLI - All'interno di Nightwave si sono svolti anche una serie di spettacoli collaterali: il campionato del mondo dee-jay all'Arena Live Show trasmesso da MTV, Orbit Television e MCM via satellite e che per 12 anni si è fatto alla Royal Albert Hall di Londra, poi World Music Gala & The Mixmag

Awards presentato da Albertino. Il tutto, come scriviamo a parte, con audio Outline e luci Coemar. Di rilievo, sul fondale davvero straordinario del Fashion Show, sotto sciabolate di luci Clay Paky, le sfilate di Levi's, Wrangler, Diesel, di stilisti di tendenza come Daniel Poole. Da segnalare il primo trofeo Mito per Dee-Jay che premiava i primi dieci migliori disc-jockey nazionali. Nello stand Mito, invece CTM ha assegnato premi alle dee-jay donne e precisamente a Sonia Shannon, Lisa Smith, Babayaga, Simona Faraone e Desirè.

TANTI WORK-SHOP - Per tentare una lettura sociologica del fenomeno giovanile studiosi, docenti, personaggi dello spettacolo sono arrivati dall'Italia e dall'estero per proporre il loro contributo negli oltre 100 work-shop andati in scena a Rimini.
Tanti, forse troppi e spesso poco affollati. Si è discusso di tutto e il contrario di tutto: dai tatuaggi agli energy drink, dai consigli sull'estetica di Diego Dalla Palma alla presentazione, in anteprima mondiale, dell'ultimo saggio di Ted Polhemus titolato "Style surfing, what to wear in the 3 millenium", dal suono della moda ai suoni del Tibet, dalla grafica oltre la grafica agli interni dei locali di tendenza fino a Internet, ultimo fenomeno informatico del Duemila.

DETAILS - Nota stonata di Nightwave, a parte il caldo torrido che ha spinto molti più in spiaggia che all'interno della fiera, è stato il rumore. O meglio un eccesso di decibel che, dalle 3 a mezzanotte (orario di Nightwave) sfiorava la soglia del dolore. Del resto, ad ogni angolo c'erano dee-jay scatenati a mixare, fare rap e scratch per cui ogni tentativo di dialogo doveva essere per forza urlato. Particolare, questo, che per la prossima edizione (già annunciata per il 7/10 giugno 1997), dovrà essere seriamente rivisto e corretto.

CURIOSITÀ - Fin dalla prima edizione Nightwave si è rivelatata assai particolare: una fiera-evento affollata da un pubblico molto "colorito" e da alcuni contrasti che dovranno essere eliminati per migliorarla. Esempio? Cosa ci facevano i Casadei, nota orchestra di liscio, in un evento che ospitava anche tatuatori? Come mettere insieme stand di memorabilia, vernici per capelli, prodotti per l'alito, laser e armature per combattimenti virtuali, granite di tutti i gusti, e persino uno spazio delle motociclette Malaguti? Senza contare gli stand di abbigliamento, tra i quali non potevano mancare quelli di Buba e Artemio, che puntavano alla vendita spicciola. A Nightwave si è visto tutto e il contrario di tutto come la donna (e, di fronte, anche l'uomo) nel cubo che, attraverso dei guanti inseriti nello stesso, potevano essere "palpati". C'erano anche molte testate, tra cui Glamour, con un'esposizione di suggestive immagini poco in sintonia con lo spirito della fiera; c'erano le più importanti case discografiche, tra cui Wea, Media Records e Zac Music e c'era persino un pullman promozionale, una sorta di televisione viaggiante con attrezzatura per interviste, riprese, e videowall. Insomma, esperienze da valutare meglio per la prossima edizione. ◄

▲ Tra le molte curiosità viste a Nightwave anche la ragazza (e rispettivamente, il ragazzo) nel cubo. Il pubblico, attraverso dei guanti, poteva "palparli".

testo di
Luca Sandri
foto di
Massimiliano Onorati

COEMAR PILOTA "MIO CAPITANO"

■ Le scenografie luminose della nota trasmissione di Rai Due, 24 puntate dedicata ai giovani, alla musica e al mondo della discoteca sono state realizzate con i rivoluzionari proiettori della serie NAT.

▼ **I proiettori Coemar, soprattutto della serie NAT, vengono utilizzati sempre più spesso negli studi delle emittenti televisive di tutto il mondo.**

"Sarebbe stato impensabile non attrezzare con effetti luce e proiettori tipici per discoteca una trasmissione televisiva dedicata ai giovani, alla musica, al mondo della discoteca": l'osservazione di Romana Prostamo, direttore della fotografia di "Mio Capitano", appuntamento settimanale trasmesso in 24 puntate su Rai Due ogni sabato alle 14.45, non fa una grinza. Ambientata all'interno di un locale dagli spazi abbastanza ampi, lo Stellarium di Roma (Via Lidia 44), "Mio Capitano" ha fatto registrare ottimi indici di ascolto, soprattutto presso il pubblico giovanile.
Affidata alla conduzione di Miriam Fecchi con la collaborazione di Ike Terry e Giovanni Danieli, regia di Roberto Ruberti e coordinamento generale di Elena Martelli, "Mio capitano" è andata in onda quest'anno con la seconda edizione e per il prossimo autunno è già previsto un terzo ciclo di trasmissioni. Particolare assai significativo di questa produzione di Rai Due per il pubblico giovanile è che, quali luci di scena, dopo un'accurata selezione tra le offerte del mercato, sono stati scelti e utilizzati prodotti della Coemar di Castelgoffredo (Mantova), azienda leader a livello mondiale nella produzione di

luci per lo spettacolo professionale. Spiega Romana Prostamo: "Perchè abbiamo scelto i proiettori Coemar? Per un rapporto di stima e collaborazione che intercorre, ormai da dieci anni, con l'azienda, ma soprattutto per l'alta tecnologia e la qualità dei risultati. Bisogna sottolineare, infatti, che i proiettori Coemar hanno permesso di realizzare effetti luce ad alta spettacolarità, trasformando una trasmissione televisiva come "Mio Capitano" in uno spettacolo live o meglio, soprattutto, in uno spettacolo di tendenza".
Realizzata con ritmi veloci, incalzanti, nel corso delle 24 puntate di questo secondo ciclo "Mio Capitano" ha proposto cantanti, gruppi musicali, personaggi dello spettacolo, classifiche di dischi, mode, novità e tendenze del mondo giovanile, sottolineate, ogni volta, da una scenografia luminosa appositamente studiata. Nonostante il video offra emozioni filtrate rispetto a uno spettacolo seguito dal vivo, l'effetto degli scanner Coemar NAT si è rivelato straordinario.
Quali e quanti sono stati i proiettori utilizzati per la trasmissione "Mio Capitano"? Spiega Simone Rodella: "Il parco luci era composto da NAT TM 2500, NAT PC 1200 HMI, NAT PC 1000 alogeni, Microscan 2 575 MSR, oltre a una serie di Babycolor, tutti molto indicati per un programma televisivo".
Da tempo le luci Coemar sono entrate a far parte integrante degli studi televi-

▲ Un gruppo musicale durante la registrazione della trasmissione televisiva "Mio Capitano", trasmessa da Rai Due. Direttore della fotografia del programma era Romana Prostamo.

▶ Marina Rei, una delle ospiti musicali che ha fatto registrare fra le più alte audience della trasmissione "Mio Capitano".

sivi di molte emittenti di tutto il mondo: lo scorso anno Fausto Orsatti, qualificato tecnico Coemar, ha trascorso diverse settimane negli studi della televisione spagnola per mettere a punto l'utilizzo più efficace dei proiettori della serie NAT (New Advanced Technology), nuova gamma innovativa nel "total movement" che consente di orientare il fascio di luce in ogni direzione, con rotazione a 360 gradi su entrambi gli assi e velocità regolabile. Gamma, quella dei proiettori NAT, che sta ripagando con notevoli soddisfazioni Bruno Dedoro, Carlo Rodella e Dante Zambelli, i tre soci-titolari della Coemar e l'intero team di progettazione, tecnico e commerciale, che in questi ultimi anni ha investito tutta la propria professionalità nella serie NAT, quelli che sono già stati definiti i proiettori del Duemila. Senza dimenticare che Coemar, azienda con sessant'anni di tradizione alle spalle, annovera nella propria produzione una serie di proiettori tradizionali che hanno contribuito a fare la storia della luce in discoteca, teatri, concerti, spettacoli live e show professionale. ◀

▲ Una suggestiva scenografia luci della trasmissione televisiva di Rai Due realizzata con effetti Coemar.

Aurelio Lolli entra in **Coemar** come direttore marketing

Passando da Castelgoffedo abbiamo avuto modo di conoscere un nuovo personaggio del team Coemar: si tratta di Aurelio Lolli, destinato a occuparsi di marketing e comunicazione. Originario di Fusignano (RA), 38 anni, sposato, padre di un figlio, Aurelio Lolli è stato per 6 anni responsabile della formazione in Volvo Italia, poi direttore commerciale di una piccola azienda motociclistica con un fatturato di 8 miliardi quando vi entrò e di 30 miliardi quando decise di lasciarla. "Coemar vanta una tradizione, una storia, un know-how , una capacità di innovazione tecnologica e una leadership che vogliamo fa conoscere meglio. Cominceremo a lavorare da questa realtà", dice Aurelio Lolli. Auguri di buon lavoro.

coemar
comet

novità
SIB
RIMINI

coemar spa • via Inghilterra 46042 Castelgoffredo (MN) Italy
tel. (0376) 77521 fax (0376) 780657

DUROBOR, BICCHIERI RAFFINATI E PERSONALIZZATI

Soffiati per vini, aperitivi, champagne, liquori, gelati e cocktail: ce n'è per tutti i gusti nella vasta gamma di bicchieri della Durobor, multinazionale leader nel settore dei bicchieri. Presente nel mercato dal 1928, quando ancora si chiamava Compagnie Internationale De Gobeleterie e la sua produzione era artigainale, trasformatasi in Durobor nel 1929, l'azienda belga si è presto affermata nel settore grazie alla qualità dei suoi prodotti. Nel 1935 si convertì totalmente alla soffiatura meccanica; nel 1993 ha acquistato Ravenhead, prestigiosa vetreria inglese. Due sedi, una a Soignies in Belgio e

l'altra a St. Helens in Inghilterra e sei uffici commerciali, nelle città europee più produttive (Milano, tel. 02/8372624, fax 02/89400655, Parigi, Londra, Rotterdam, Francoforte e Soignies), ne sottolineano la potenzialità operativa.
Durobor produce 200 milioni di pezzi all'anno ed esporta l'80% della produzione in 100 Paesi. I suoi bicchieri fanno risaltare i colori degli ornamenti, rendendo gradevole la presentazione del cocktail. Durobor, con l'ausilio dei creativi del reparto "decorazione", propone inoltre personalizzazioni dei bicchieri con proprio marchio, realizzabile in otto colori. ◀

L.A.

MOBILI IMBOTTITI PER ARREDAMENTO ALBERGHI - DISCOTECHE - NIGHTS - LOCALI PUBBLICI - ECC.
L.A. S.N.C. DI VISINTINI L. & C. - VIA CADORNA - FRAZ. SALT - 33040 POVOLETTO (UD) - TEL. 0432/679518

MODELLO DEPOSITATO

Poltrona modulare Infinito

IL DIAMANTIK DELLA CAMPAGNA VENETA

■ Gestito dalla famiglia Venerandi, questo splendido gioiello polifunzionale funziona a meraviglia anche grazie alle luci Clay Paky installate dalla Altair.

Il boom economico del Veneto dura da parecchi anni, e fortunatamente non dà segni di stanchezza. Da antica terra di emigrazione questi luoghi vedono ora un fiorire di imprese di tutte le dimensioni con lavoro per tutti, e, per il dopo del lavoro, anche il consolidarsi delle aziende dell'intrattenimento. Una di queste aziende, fra le più importanti della regione, si trova a Gaiarine, là dove la provincia di Treviso quasi confina con quella di Pordenone, e si chiama Diamantik.
Per raggiungerla si attraversano distese di campagna fertile e verdissima, si attraversano paesi che abbinano le antiche case ben tenute alle villette familiari e ai nuovi edifici industriali e artigianali. Si cerca un luogo raccolto,

▲ ▶ In alto, la famiglia Venerandi, titolare del Diamantik di Gaiarine (TV). A lato, una delle piste che utilizzano i prodotti della Clay Paky.

piuttosto piccolo, e non é poca la meraviglia quando ci si trova di fronte ad un articolato complesso di strutture e di edifici che occupa 12.000 metri quadrati e che può ospitare 4.000 persone. All'insegna dell'intrattenimento per tutti i gusti, per tutte le età, e soprattutto per la famiglia al completo, il complesso comprende due piscine, una all'aperto e una al chiuso, una piscina mini per i bambini, due ambienti discoteca al coperto, una Music Hall per il ballo liscio con orchestra, una sala anni '60 con musica dal vivo, le strutture all'aperto per il ballo estivo, una pizzeria, 9 bar, oltre cinquanta addetti ai vari servizi. Il tutto pensato e realizzato dalla famiglia Venerandi: Costantino, Stefania, Giannino, e Bepi Venerandi, in rappresentanza di tutta la famiglia, ci hanno accompagnato nel lungo giro attraverso questa piccola città del tempo libero, alla scoperta di tutte le opportunità offerte al pubblico ogni sera di martedì, venerdì, e sabato e ogni domenica, pomeriggio e sera. Frequentato assiduamente da un pubblico eterogeneo per età e stile di vita, Diamantik raccoglie appassionati provenienti da ogni città, cittadina o paese di un circondario con un raggio molto esteso, che raggiunge il mare Adriatico verso Sud, le Prealpi a Nord e si estende nella vasta pianura a Oriente, nel Friuli, e a Occidente fino a Treviso. I Venerandi non si stancano di organizzare momenti di attrazione supplementare, con spettacoli e giochi in piscina, ospiti di musica e cabaret sui palchi dell'intrattenimento live delle discoteche, con le migliori orchestre per il ballo liscio. Puntare sulla qualità e sull'innovazione ha portato i Venerandi a scegliere i prodotti Clay Paky per l'illuminazione da spettacolo. L'esclusivista dell'azienda bergamasca per il Triveneto, Pietro Tondello della Altair, é di casa al Diamantik. Specialista dello Show Lighting, forte di una tradizione che lo vede attivo dagli anni '70, Altair ha fornito impianti di grande efficienza e li assiste con il suo assiduo servizio completo, con la prontezza che gli consente il suo collaudato sistema di intervento mobile presso il cliente. I Venerandi si sono dichiarati molto soddisfatti dei sistemi luce di Clay Paky e del servizio di Tondello, e lo dimostrano con la loro più che decennale fedeltà a questo marchio. ◀

◀ Pietro Tondello, titolare della Altair di S. Giorgio delle Pertiche (PD), che ha installato i fari Clay Paky al Diamantik di Gaiarine (TV).

testo di
Luciana Consiglio
foto archivio
Disco & Dancing

LA CABANA
IL VERDE E IL MARE

In un mare di verde a due passi dal mare, La Cabana è un locale con tanti pregi, comprese le luci Clay Paky installate da Pietro Tondello e dallo staff Altair.

▼ ▶ **Sotto, i fari Clay Paky installati da Altair. In alto, a destra, veduta d'insieme del locale vicino a Chioggia.**

Subito a sud di Chioggia, dove termina la laguna di Venezia e la costa si spezza fra le innumerevoli bocche dei maggiori corsi d'acqua padani e veneti, ecco apparire Isola Verde. A brevissima distanza da uno dei più frequentati e rinomati villaggi turistici, l'Isamar, abbiamo visitato un piccolo gioiello del divertimento, il Disco Pub Restaurant "La Cabana". Guidati dal direttore Roberto Lion, abbiamo innanzitutto potuto apprezzare la bellezza

dell'insediamento di questo complesso, isolato nel verde fra sterminati campi di girasole, arricchito al suo interno da una ricca vegetazione tipicamente costiera, con tamerici, eucalipti, oleandri, siepi e fiori d'ogni tipo, ordinata in un vastissimo giardino dentro il quale sorgono le strutture del locale.
Il bianco delle pareti delle strutture murarie è continuamente modulato dal calore del legno, impiegato in quantità per dare calore e tono agli ambienti coperti e alle strutture all'aperto. La Cabana ospita infatti un ristorante, una pizzeria, e quattro bar, oltre a una pista da ballo all'interno ed una all'esterno, riparata sotto un grande ombrello costruite su travature in legno. Particolarmente ricco nella sua offerta l'american bar nella struttura coperta più grande, e molto interessante la cucina del ristorante, che dopo la mezzanotte si trasforma in "snaccheria" per chi vuol recuperare un pò di energia fra un ballo e l'altro. L'intero complesso può ospitare fino a quattromila persone, una parte delle quali proviene immancabilmente dall'Isamar e dalla sua clientela internazionale, che affolla il villaggio da aprile a settembre, mentre gli altri giungono da tutta la zona di Chioggia, Adria e dal retroterra, richiamati dalla concentrazione di servizi e di divertimento che La Cabana offre. Inaugurato nel 1994, questo locale è diventato in breve tempo una delle mete più ricercate, al punto da essere praticamente sempre aperto tutte le sere, ad esclusione del lunedì. Per rendere più attraenti le piste da ballo, La Cabana ha scelto la qualità dei prodotti luce di Clay Paky, forniti da un vero specialista dello Show Lighting, Altair di Pietro Tondello, esclusivista, per le Tre Venezie, della azienda bergamasca. Forte di una tradizione che dagli anni '70 lo vede attivo ovunque lo spettacolo abbia bisogno della sua competenza e della sua professionalità, Tondello è sempre disponibile a proporre e a realizzare impianti luce a servizio completo, e ad assisterli con prontezza, grazie anche al suo collaudato sistema di intervento mobile presso il cliente. Il suo lavoro a La Cabana è apprezzato per la varietà e l'originalità degli effetti che sono stati installati sia sulla pista all'interno che nella pista "estiva", per esaltare la musica proposta dai DJ nelle interminabili serate, ora romantiche ora sfrenate. ◀

testo e foto
Elise Legziel

LUCI ITALIANE PER LA **CINA**

■ Bilancio di Pro Audio, Light Music China '96 di Pechino, porta d'accesso ad un mercato enorme e in costante espansione. Le nostre aziende presenti.

▼ **Molto interesse hanno suscitato anche a Pechino i prodotti della Coemar, presente attraverso il suo distributore.**

Pro Audio, Light Music China '96: un'esperienza che valeva la pena di fare, nel bene e nel male (incendio compreso). E noi della Mielle l'abbiamo fatta, presentando in un nostro stand le nostre pubblicazioni, da Disco & Dancing, nazionale e International, alla Guida ai fornitori della notte. Così affiancando e assecondando le aziende italiane: Coef, Coemar, Griven, Programmi & Sistemi Luce, RCF, Spotlight, Studio Due, presenti al Beijing Exhibition Centre di Pechino attraverso i rispettivi distributori. Anche Clay Paky ha presentato i suoi prodotti, tramite quattro affollati "seminari" organizzati nello stesso periodo della fiera dal suo partner per la Cina, la ACE (Advanced Communication Equipment International Co. Ltd) di Hong Kong, nei suoi show room di Pechino e Shangai.

Era la terza edizione della rassegna e non é stata la più significativa. Rispetto al 1995 sono diminuiti gli espositori stranieri (scomparsi tedeschi e inglesi, ridotta la presenza italiana) e aumentati quelli cinesi. Sempre tanti, invece, persino troppi, i visitatori, curiosissimi e anche un tantino invadenti.
Comunque, come detto, valeva la pena di esserci. Per quello che la Cina é oggi in questo nostro settore e soprattutto per ciò che promette di essere domani. Come dice Gunde Oberhammer della Programmi & Sistemi Luce, "un mercato promettente, da seguire con attenzione, da coltivare. I cinesi sono oltre un miliardo e da un anno hanno la settimana corta, ossia il sabato libero. E, almeno nelle città, i giovani vanno a ballare, quindi ogni giorno nascono discoteche. Che hanno bisogno, ovviamente, di luci e audio".
Ma quali prodotti, in particolare, il mercato cinese chiede alle aziende italiane? Ancora Gunde Oberhammer: "Perlopiù apparecchi piccoli, semplici e

soprattutto di prezzo contenuto. Proprio la nostra produzione base. Grazie alle caratteristiche dei nostri scanner (piace soprattutto quello sincronizzato) e al fatto di appoggiarci, unica azienda italiana del settore, ad un distributore cinese, la Guangzhou Cultural Equipment Corp. di Guangzhour (Canton), dopo un anno di presenza sul mercato noi possiamo considerarci abbastanza soddisfatti". Soddisfatto é anche Franco Bertini di Studio Due: "Una buona fiera, anche se, come tutte le fiere, i riscontri non sono immediati. Ma in Cina, come e forse più che altrove, bisogna farsi vedere, crearsi un'immagine e poi far seguire le relazioni personali, la presenza costante sul mercato, che é molto interessante e comunque ben lontano dalla saturazione. Per questo da un anno e mezzo abbiamo un ufficio vendita diretto a Hong Kong, che naturalmente serve anche la Cina. I prodotti più richiesti? Come dappertutto, più venduti i piccoli apparecchi, ma c'é spazio anche per i più grandi, sofisticati, costosi. In particolare, per quanto ci riguarda, apparecchi da aperto e motorizzati, ad esempio Stratos e Mini

◄ ▲ Sopra, uno dei quattro "seminari" organizzati dal suo partner in Cina in cui Clay Paky ha presentato i propri prodotti. A sinistra, il marchio Griven in evidenza.

◄ Elise Legziel, direttore editoriale della Mielle, con la sua assistente-traduttrice davanti all'ingresso della fiera di Pechino. Molti operatori cinesi hanno acquisito e apprezzato le pubblicazioni della Mielle.

Beam".
Pro Audio, Light Music China sta tuttora cercando una sua precisa identità e la collocazione più conveniente nell'ormai inflazionato panorama delle rassegne del settore. Ci prova accentuando la sua specificità (soltanto luci e audio per locali da ballo e teatri) e diluendo i connotati internazionali originari. Ma dovrebbe al contempo migliorare i servizi e facilitare i rapporti degli espositori con i cinesi, con i quali attualmente é difficile comunicare, e non solo per questione di lingua.
La rassegna é rimasta aperta per quattro giorni, dal 25 al 28 maggio, e operativa per tre e mezzo, a causa di un incendio provocato da un corto circuito che ha semidistrutto una parte di un padiglione vicino allo stand di Studio Due, che ha subito lievi danni. C'é stata qualche disfunzione, ma anche fiere ben più collaudate ne hanno.
Tutto sommato, da tre anni Pro Audio, Light Music China interpreta in modo accettabile il ruolo per cui é stata creata: essere una porta d'accesso ad un mercato enorme e che ha bisogno di tutto, compresi gli strumenti per divertirsi made in Italy.

▲ ▶ Sopra, la scenografia dello stand Studio Due; a fianco, l'affollato stand Disco & Dancing - Mielle.

▼ Sotto, lo stand di Programmi & Sistemi con Gunde Oberhammer e Michael Xie della Guangzhou, rivenditore della P & S per la Cina.

Clay Paky. Luce guida.

Potenti e luminosi, perfetti nella proiezione, totalmente affidabili, i proiettori intelligenti Clay Paky sono strumenti insostituibili per le discoteche che vogliono distinguersi con una eccezionale varietà di effetti luce sempre nuovi, ma vogliono anche scegliere la soluzione su misura per le proprie esigenze.

Golden Scan HPE

Golden Scan 3

Miniscan

CARATTERISTICHE	GOLDEN SCAN HPE	GOLDEN SCAN 3	MINISCAN
Lampada	HMI 1200	HMI 575/1200	HTI 150/300
Obiettivo di serie	24° oppure 15°	11°	9°
Obiettivi opzionali	13° oppure 9°	16°-13°-11°-9°	15°
Messa a fuoco elettronica	*	–	–
Ruota a 7 colori + bianco	*	*	*
Ruota a 7 colori speciali + bianco	*	–	–
Filtro speciale azzurro chiaro	*	–	–
Effetto rainbow, raggi bicolori	*	*	*
Filtri di correzione temperatura colore	2	2	–
Combinazioni di colori ottenibili	113	24	8
Gobos rotanti in vetro dicroico	2	Optional	–
Gobos rotanti in metallo M-Size	2	4	–
Gobos fissi in metallo	M-Size 4	–	Ruota con 5 gobos
Rotazione bi-direzionale gobos indicizzata a velocità variabile	*	*	–
10 gobos aggiuntivi in metallo	*	*	–
Prismi fissi	1 (5 facce)	1 (4 facce)	–
Prismi rotanti	4 (4 facce, 3D, scia, raddoppio)	–	–
Filtri Frost	2	1	–
Iris	velocità maggiorata	*	–
Dimmer	*	*	–
Stop - Strobo alta velocità	*	*	*
Rotazione dell'adattatore specchio sul corpo del proiettore	360°	360°	–
Controlli DMX 512, RS 232 (PMX), analogico 0-10V	*	*	*
Numero dei canali di controllo	12	6/8	4

Per **Golden Scan HPE** e nella **versione T.V. di Golden Scan 3**, sono disponibili di serie: contaore lampada, maniglie laterali da trasporto, scala graduata, mensola e specchio, rifasamento incorporato, funi di sicurezza. A richiesta sono disponibili in versione silenziata.

PROFESSIONAL SHOW LIGHTING

CLAY PAKY SPA - Via G. Pascoli, 1 - 24066 PEDRENGO (Bg) Italy - Tel. 035/654311 - Fax 035/665976

GHIBLJ, FAMOSO STRIP-MAN ATTORE E SAMARITANO

Questo protagonista delle "Notti Italiane" non ha bisogno di tante presentazioni: Francesco Lombardi, 29 anni, nato sotto il segno dei Gemelli, in arte Ghiblj, è lo strip-man più conosciuto e più premiato d'Italia.
Ultimamente però Ghiblj ha "sterzato" verso la via del cinema. Dopo essere comparso in un paio di film di Celentano ("Il bisbetico domato" e "Lui è peggio di me"), ha guadagnato sempre più spazio: eccolo al fianco di Eva Robbins in "Belle al bar" di Alessandro Benvenuti, poi con Tinto Brass in "Fermoposta - Tinto Brass", nella fiction televisiva "Occhio al falco" con Gene Gnocchi e Luana Colussi. La sua ultima tappa importante è il ruolo che interpreta al fianco di Valeria Marini nel film "Bambola" che il regista catalano Bigas Luna sta girando in Italia (a Comacchio). Ne ha fatta di strada il modello di Emilio Cavallini... Francesco Lombardi, infatti, ha iniziato quindicenne (con il fisico che si ritrova non avevamo dubbi...) proprio come modello; ma questo non gli bastava: esibizionista e provocatorio, voleva che il pubblico guardasse lui e non i vestiti che indossava, per cui le sue uscite in passerella erano sempre mini-show (spesso poco graditi agli stilisti). In una festa di addio al nubilato di una sua amica di Bologna, si esibì nel suo primo strip-tease. Era l'inizio degli anni '80 e dall'America arrivava l'eco del successo che i Chippendale's di Los Angeles riscuotevano tra il pubblico femminile con le loro performance, durante le quali, spogliandosi, trascinavano palpitanti casalinghe sul palco, coinvolgendole nel loro strip.
Francesco (ancora non si chiamava Ghiblj) formò, con altri tre ragazzi, il primo gruppo di spogliarellisti italiani, i "Lady Night", con cui iniziò a esibirsi nelle discoteche.
Nacque poi il sodalizio artistico

con Pinina Garavaglia, con la quale partecipò alle mitiche feste a tem[a] che la contessa organiz[z]ava nelle più importan[ti] disco italiane.
Nell'85 fu più volte osp[i]te, con la stessa Pinina Garavaglia, del "Costanzo Show" e fu proprio Maurizio Costanzo che, paragonandolo al caldo travolgente vento africano, gli diede il nome d'arte che gli calza a pe[n]nello: Ghiblj!
Oggi, a distanza di oltre dieci anni, sono pochi quelli che lo chiamano Francesco: i suoi fratelli, i numerosissimi nipoti, gli amici intimi e Serena, la sua dolcissima e discreta fidanzata. Trasgressivo sulle scene, ne[l]la vita privata Ghiblj (fa[x] 02/48842068, Agenzia Diamante, tel. 0573/737326, port. 0337/676029) è timido e generoso, romantico (fedele, aggiunge Serena) e altruista: da quasi quindici anni è volontario della Croce Verde di Trezzano sul Naviglio.
Angelo delle ambulanze di gio[r]no e diavolo del peccato (si fa per dire) di notte; attore "calien[t]te" con Valeria Marini e appassionato "amoroso" solo con la sua Serena: ecco la doppia "ve[r]sione" del trasgressivo esibizionista Ghiblj, ovvero il "buon samaritano" Francesco Lombardi.

Nuvola P. Vasa

SVENTOLA LA BANDIERA (GIALLA) DI **UMBERTO BENOTTO**

Ebbene sì, è proprio lui il mattatore del sabato sera al Bandiera Gialla di Rimini: Umberto Benotto. Sabato 25 maggio si sono aperte le porte del Bandiera Gialla con una travolgente inaugurazione, durante la quale si sono scoperte alcune delle molte novità della nuova stagione della discoteca considerata ormai un simbolo dei locali della riviera romagnola.

Il Bandiera Gialla non è solo discoteca: oltre che ballare si può mangiare (nel pub e nel ristorante), si possono ammirare gli artisti dei "murales" all'opera, piuttosto che rivivere il mito americano nello spazio dedicato all'Harley Davidson e addirittura arrampicarsi sulla parete di roccia artificiale per sentirsi un po' "free-climbing". Una vera città del divertimento aperta a tutti: giovanissimi, giovani e "giovanili", che possono portare anche i figli più piccoli; anche per loro, infatti, non manca il divertimento "Kindergarden", uno spazio per intrattenerli e divertirli intanto che mamma e papà vanno a ballare e a scatenarsi. E ora parliamo dell'ingrediente principale del Bandiera Gialla: la musica, o meglio, la grande novità musicale di quest'anno, Umberto Benotto. È proprio lui, alla consolle ogni sabato sera, a coinvolgere il pubblico con la musica più divertente (dagli anni '60 alle hits del momento), con i balli più particolari (il ballo della fattoria, il ballo dei Jefferson, il ballo dei politici, ecc.) e con la carica e la simpatia cha da sempre lo contraddistinguono. Umberto Benotto è oggi considerato dagli addetti al settore uno dei migliori disc-jockey del divertimento. Anche questa estate, lo possiamo ammirare oltre che al sabato al Bandiera Gialla di Rimini, in alcuni dei migliori locali d'Italia: al Barracuda (Lidi Ferraresi) il lunedì, al Kursaal (Acqui Terme - Alessandria) il martedì, alle Rotonde (Garlasco - Pavia) il mercoledì, all'Avila (Piacenza) il venerdì, allo Xo' (Cremona) la domenica.E il giovedì? "Spero di riposarmi!", risponde Umberto Benotto (tel/fax 02/48702196). Lo dice con qualche incertezza, e non a caso... Corre infatti voce che si esibirà in un famoso locale della Sardegna. Il nome? È ancora top secret. Sicuramente un numero uno. Appuntamento, quindi, per tutti i "benottiani", al Bandiera Gialla di Rimini per una super estate 1996. E per chi non potesse, non c'è problema: è possibile comunque ascoltare Benotto su Radio Dimensione Suono, la radio che trasmette in diretta per tutta l'estate dal Bandiera Gialla.

Una estate festosa, divertente, e soprattutto un grande sabato notte in diretta, dunque, con Umberto Benotto. ◄

Chester

MAZZON
Via A. Meucci, 38
Jesolo (Venezia)
Tel. 0421/350520
Fax 0421/350320

testo di
Luca Sandri
foto archivio
Disco & Dancing

È VERAMENTE UN **MITHOS**

■ Realizzato dalla Made in Italy di Forlì, arredato da Nonsololegno di Rimini, il Mithos di Cles (TN) è un locale esclusivo che si divide in pub e discoteca. Le luci sono della Martin Professional, il suono della Turbosound, l'installazione è firmata Dario Sangalli.

▼ Un'immagine della pista con la cabina del d.j., la vetrata che si affaccia sul pub e una pedana, con effetti luce, per le ragazze immagine.

▲ Sempre numerosi i frequentatori del Mithos, diventato in brevissimo tempo il locale più esclusivo della provincia di Trento.

Un gioiellino che merita attenzione per la raffinatezza, la cura dei particolari e, non ultimo, la cortesia e professionalità dei titolari e del personale. Così è nato a Cles (Trento), nella splendida Val di Non, famosa per le sue fragranti e succose mele, un locale interessante.
Si chiama Mithos (via Trento 180), un nome ambizioso che, dopo la fatica della sua gestazione, si appresta ora a vivere una stagione ricca di sorprese, dinamica ed anticonformista come i suoi arredi, firmati da uno degli studi di progettazione più prestigiosi d'Italia, la Made in Italy di Forlì.
Il locale, completamente nuovo, si presenta come un tutto armonico e dai colori solari.
"Abbiamo lavorato sei mesi con grande passione", spiegano con orgoglio i titolari Dossi, Pangrazi e Cirolini, "e il risultato ci appaga della fatica che abbiamo profuso in questo periodo".
Progettato dall'architetto Roberto Bissoni dello studio Made in Italy, il Mithos si articola in due zone: la discoteca e il pub.
I locali sono collegati fra loro, ma all'occorrenza possono vivere autonomamente, per poter essere utilizzati anche nell'arco della settimana.
Il pub é stato concepito come un classico "English pub" con materiali caldi come il legno massello, tinte nei toni dei pastelli, con zone "socializzanti" e un palcoscenico dove si esibisce un'orchestra live.
La discoteca si articola su vari livelli, con una cabina D.J. di 12 m. di lunghezza, che diventa il perno attorno a cui si dipana e vive la concezione spa-

ziale svolta dall'architetto Roberto Bissoni, che spiega: "Ho cercato di creare degli spazi articolati e sempre visibili, utilizzando scenografie post-etno, con i colori caldi e solari dei Caraibi, con i segni inquieti dei ritmi tribali, che animano i clienti del Mithos dal profondo, rendendo il clima confidenziale, intrigante e socialmente coinvolgente". La discoteca propone percorsi in quota dove é possibile affacciarsi verso la pista o dove si può conversare attorno a tavoli dalle linee morbide, incontrarsi presso i suoi bar dalle forme originalissime o scatenarsi ballando sopra pedane rialzate che contengono parte dei subwoofer con effetti luce sciabolanti dal basso.
Realizzatore di tutti gli arredi é stato un artigiano molto noto nel mondo dei locali notturni, Adriano Lorenzetti della ditta Nonsololegno di Rimini, il qua-

tuale maturata dagli architetti forlivesi in tutti questi anni abbiamo potuto risolvere i molteplici problemi che un nuovo locale sempre crea, nella giungla intricata di leggi, decreti, normative e certificazioni. Siamo rimasti colpiti dagli apprezzamenti che la C.P.V.L.P.S. di Trento ha fatto al nostro progettista, per la professionalità e competenza dimostrate". ◀

◀ **La cabina del dee-jay con vista di uno dei soppalchi del Mithos.**

▼ **Il pub, realizzato in legno massiccio di castagno invecchiato, con le vetrate "stile inglese" che si affacciano sulla discoteca.**

le ha saputo tradurre al meglio i segni e le indicazioni dell'architetto Bissoni, sempre attento a non uscire dai tempi programmati. La tecnol;ogia del locale è stata curata da Dario Sangalli, che ha utilizzato i prodotti della Turbosound per l'amplificazione e, per l'illuminazione, quelli della Martin Professional. In particolare: 12 Roboscan 1220, 2 Robozap MSR 1200, 2 Centerpiece MSR 1200, 16 Robocolor 400, 8 Robosca 518, computer Global Network 30/32, oltre ad alcuni strobo SGM e macchine da fumo basso Le Maitre.. Un aspetto importante della progettazione è stato il contenimento del budget previsto, il quale, a consuntivo, si è dimostrato perfettamente allineato con i costi e le spese ipotizzate inizialmente dalla direzione del locale trentino.

"È stata un'esperienza sicuramente positiva affidarci per la progettazione e direzione dei lavori a un'azienda come la Made in Italy di Forlì", affermano i proprietari del Mithos, "perchè grazie all'esperienza imprenditoriale e proget-

PROMOZIONI MUSICALI
SERVIZIO A 360 GRADI PER CANTANTI

Costituita nel novembre '95, la Promozioni Musicali (tel. 02/33608499 - fax 02/33608596) si rivolge a gruppi musicali, cantanti e disc-jockey offrendo un servizio di promozione e management a 360 gradi: il credit vincente della nuova società sta nel fatto di avvalersi dei 15 anni di esperienza del suo fondatore e titolare unico Francesco Monteleone, personaggio assai conosciuto e stimato nel settore.
L'agenzia ha esordito nel gennaio '96 occupandosi di Dj Dado (nella foto in alto a destra) che, producendo il brano X-Files edito dalla milanese Subway Records, ha ottenuto lusinghieri risultati in Europa e nel mondo, piazzandosi al primo posto nella Hit dance in Danimarca, Finlandia, Israele e nei primi cinque posti delle altre dance charts europee.
Promozioni Musicali ha portato inoltre a termine la gestione di X-Form, al secolo Fabietto Cataneo, il dj producer che ha realizzato su etichetta Vertikal il brano "Pleasure voyage", meglio noto come "Sono le 7,51 ora di Houston", che ha raggiunto in Italia elevate posizioni di classifica, vendendo oltre 20.000 copie con il solo disco mix.

Nel casting di Promozioni Musicali figura anche una disc-jockey come Manuela Doriani, prima voce della neonata Radio Capital Music Network di Claudio Cecchetto.
Per quanto riguarda la musica Progressive, il titolare Francesco Monteleone ha scommesso su Claudio Diva, ideatore della Label milanese Subway Records, il quale per primo ha proposto in Italia questo genere musicale. Relativamente ai gruppi musicali, da ricordare i Bliss Jeam, gruppo storico della dance made in Italy, le Human Groove, gruppo di sole ragazze prodotte dal duo vicentino Borillo-Franchetto e note per aver realizzato il brano "Sale...Sale...".
Nel campo dei vocalist, Promozioni Musicali ha puntato su Mad Bob The Voice, la voce ufficiale del Duplè di

Aulla, uno dei locali simbolo dei teen agers italiani.
Altro personaggio rappresenta tivo del casting di Promozioni Musicali é Ike Therry, condutt re della trasmissione "Mio Capitano" in onda per molti mesi su Rai Due e apprezzato disc-jockey radiofonico.
L'impresa milanese ha affidato l'organizzazione degli spettacc dei propri personaggi in Italia alla Sky Promotion e in Europa a una rete di tredici agenti.
Per l'estate '96 Promozioni Musicali ha prodotto la prima tournèe di Carla Liotto (nella foto a sinistra), la show girl milanese nota per le numerose presenze al Maurizio Costanzo Show e per la pubblica dichiara zione di accettare il matrimoni solo con un miliardario.
Carla Liotto conduce ora il pro gramma televisivo Fm Tv solo musica italiana e questa estate si esibisce in venti e più discote che italiane, conducendo uno spiritoso e ironico gioco legato al suo personaggio che tanta curiosità ha destato dal video.

LE MERAVIGLIE DI UN'ECODISCOTECA

testo di
Franco Silvotti
foto archivio
Disco & Dancing

■ Il notissimo locale di Agropoli (SA) , gestito dalla famiglia Pecora, ha celebrato i suoi 25 anni di attività risolvendo drasticamente il problema del rumore con un avveniristico "Impianto direttivo totale " e con una ricca offerta musicale.

Antonio si tolse il cappello, consegnò la grossa chiave e in colorito dialetto cilentino disse:" Signori, io ho chiuso". La porta del Carrubo e il suo lavoro di contadino - guardiano - uomo di fatica e fiducia. Il Carrubo era poco più di un capanno in pietra, in cima alla collina, da cui prendeva il nome, degradante sul mare di Agropoli in un rincorrersi di carrubi, eucalipti, ulivi (Venticinque anni dopo si sono aggiunti pini e palme nane a completare la scala cromatica del verde).
Era il 30 marzo 1972. Quella stessa sera i Pecora tennero consiglio di famiglia: che ne facciamo del Carrubo, collina, alberi, capanno? Erano in tre attorno al tavolo, Michele Pecora, la moglie Concettina e il fratello di lei Vincenzo, tutti e tre insegnanti. "Perché non ci facciamo un night?", propose Vincenzo, che era uomo di mondo. Il mattino dopo venne convocato un amico architetto e il 12 luglio venne inaugurato "Il Carrubo". Per Michele, Concettina e Vincenzo, abituati ad insegnare, soltanto 103 giorni per imparare a gestire un ristorante - pizzeria - night. L'hanno appreso così alla svelta e bene che il successo é stato immediato e dura tuttora.
Le nozze d'argento con l'intrattenimento notturno verranno celebrate, ufficialmente, solennemente, fastosamente e, perché no, con un pizzico di trasgressione, nell'estate '97. E la discoteca lascerà posto o s'aggiungerà a qualcos'altro, "perché i tempi cambiano in fretta e in questo mestiere, come diceva la buonanima, chi si ferma é perduto". Magari cambierà pure il nome, sempre Carrubo, ma senza più quel New aggiunto nel '90, quando l'architetto Daniele Mancini trasformò il night in una discoteca da quattromila posti fra le più panoramiche, belle ed ecologiche d'Italia, per quella rara sintonia fra natura e tecnica, il meglio della seconda nel più rigoroso rispetto della prima.
Per il New Carrubo é stato coniato un neolo-

▲ La famiglia Pecora in posa sullo sfondo del golfo di Agropoli e un'immagine significativa del New Carrubo.

Concettina Pecora 25 anni alla cassa

Sei ore ogni sera d'agosto e dei venerdì e sabati di luglio e di parte di giugno e settembre, che per 25 anni fanno 1.125 sere, ossia 6.750 ore, ossia 405.000 minuti passati alla cassa del bar, prima del night e poi della discoteca. Non so se sia un record nel settore, ma é comunque qualcosa che merita di essere ricordato. "Già, mi sono seduta alla cassa alle 22 di sabato 12 luglio 1972 e non mi sono più alzata, non ho "bigiato" neppure una sera", rammenta Concettina Pecora. E sorride compiaciuta. Come quando si ritrova davanti, alla cassa del New Carrubo, i ragazzi di Agropoli ai quali anni prima aveva insegnato a leggere e a scrivere, come guardare e incominciare a capire il mondo degli adulti. "Ne ho conosciuti tanti, sui banchi di scuola e poi qui al Carrubo e di tutti conservo un ottimo ricordo. Mai nessuno che mi abbia mancato di rispetto, anzi continue attenzioni e cortesie. Venti anni fa, l'altro ieri, ieri, oggi: perché i giovani sostanzialmente non sono cambiati. Piuttosto, é mutata, per tanti versi in peggio, la società in cui devono inserirsi. I giovani hanno sempre le stesse timidezze, gli stessi slanci, basta saperli prendere".
E lei come li prende?
"Con dolcezza e insieme con fermezza".
E così la signora Concettina ha spiegato i "suoi ragazzi" e al contempo si é fatta l'autoritratto. Simpatica, disponibile, ma forte e risoluta, con convinzioni e obiettivi chiari: la famiglia, la scuola, la discoteca su in cima alla collina che domina Agropoli.
"Al centro c'é la famiglia, tutto parte da lì. L'unione della famiglia é la forza motrice. E la nostra é una famiglia molto unita".

Da qualche anno ha smesso di insegnare, ma per la Concettina che sta alla cassa del bar del New Carrubo ancora non é tempo di pensione.
"Ogni tanto in famiglia ci provano, vorrebbero che rallentassi un poco. E io rispondo che questa é la mia vita, l'età ha scarsa importanza quando l'entusiasmo ti sorregge. Ho concluso una missione, quella di insegnare, ne continuo un'altra: perché l'uomo deve anche divertirsi e io, per quanto posso, cerco di aiutare chi viene in discoteca a farlo nel modo più pulito possibile".

gismo che rende l'idea e non violenta l'italiano: ecodiscoteca. Un anno dopo é stato eliminato anche l'ultimo figlio degenere della tecnologia da discoteca: l'inquinamento acustico. Che nella circostanza non era da timpani umiliati e offesi né tantomeno da denunzia alle autorità competenti, ma comunque quel rumore che, ogni venerdì e sabato sera in giugno e luglio e ogni notte in agosto, rotolava giù dalla collina disturbava indigeni e turisti arrivati ad Agropoli in cerca di sole, mare (pulito) e quiete.
La prima e grande novità della stagione '96 é stata appunto l'"Impianto direttivo totale", sofisticato, avveniristico (già nel nome) ed ecologico impianto acustico di 50.000 watt che ha risolto drasticamente il problema del rumore: una sezione di 25.000 watt emette il suono e un'altra di pari potenza cancella le onde sonore vaganti. Risultato? Un'elevata pressione sonora in pista e un abbattimento di 25db a soli 20 metri di distanza. Insomma, appagati i desideri di chi balla e rispettati i diritti di chi dorme. E soddisfatto l'orgoglio di Davide Pecora, insegnante (naturalmente) e presidente dell'associazione operatori turistici di Agropoli, che il New Carrubo abilmente pilota in sintonia con l'altro direttore artistico Pierluigi Iorio: "L'impianto é stato progettato appositamente per noi

▶ Michele Pecora con Peppino Di Capri, uno dei tantissimi artisti di primo piano passati in 25 anni al New Carrubo.

▼ Davide Pecora, direttore artistico del New Carrubo, con i notissimi "Neri per caso", che non a caso si sono esibiti nell'estivo di Agropoli.

ed é unico nel suo genere: anche senza diminuire il volume del suono non si disturbano le abitazioni vicine".
Attorno a quello straordin,ario "cono di suono totale" altre novità, di rilievo o anche semplici dettagli, che nell'insieme hanno cambiato la faccia, ma rispettandone la peculiarità, al New Carrubo, che ha resistito all'usura del tempo e alle "aggressioni", anche inconsapevoli, dell'uomo. Fra e sotto i carrubi e gli altri alberi d'alto fusto splendono nuovi effetti luce, con il logo della discoteca riprodotto in pista con fasci luminosi multicolori. In agosto verrà inaugurata una seconda pista riservata agli appassionati di musica anni '60/70 e latinoamericana.
Ritornando sulla collina, ogni volta apprezzi l'audacia e il buon gusto degli accostamenti: le palme finte accanto agli ulivi veri del viale d'ingresso in stile antica Roma, le tre grandi sfere luminose che sovrastano la pista da ballo, il gigantesco Nettuno (tre metri e mezzo d'altezza) che s'intravvede fra i rami. E angoli che si propongono ai clienti, che spesso si contano a migliaia, come solo in certi scorci della costiera eternati dai film e dalle cartoline. Un po' iconografico, certo, ma anche questo fa del New Carrubo un locale di divertimento e relax diverso. Che comunque deve la sua fama anche all'atmosfera e agli spettacoli che offre. Due conosciuti dee-jay fissi, Jò Martino e Mauro Cafasso, e un terzo, che è il primo in Italia, Enzo Persueder, per le calde serate di mezz'agosto.
E si distingue, questa ormai storica discoteca a pochi chilometri da Salerno, per quella sua singolare struttura da S.p.A. a conduzione famliliare. I Pecora, antica e nota famiglia cilentina nella quale l'insegnamento é una tradizione e la discoteca una passione da tutti vissuta sul campo, secondo possibilità: Michele e Concettina, i figli Davide e Attilio (avvocato e consulente legale del SILB), le nuore Elvira e Antonietta, Vincenzo fratello di Concettina che una sera di 25 anni fa ebbe un'idea. ◀

INDIO CLUB BALLANDO E MANGIANDO DENTRO FORT APACHE

È stato inaugurato il 27 giugno del 1992 ed è subito diventato un punto di ritrovo per i giovani di Modena e dintorni. Si chiama Indio, è situato a 1000 metri sopra il livello del mare ed è il cuore di un centro polifunzionale, il Centro Ippico Sportivo "Fort Apache" di Montese (MO), che comprende, oltre a una "Club House", anche il maneggio "Cavallo Pazzo" e il ristorante "Geronimo". Costruito dalla società CI.MO.BO. Ranch, l'Indio è la zona discoteca, che fin dalla sua apertura è stata un successo. La gestione e la programmazione, inizialmente, vennero affidate allo staff della discoteca la Buca, che decise di realizzare l'arredamento ispirandosi alla cultura degli indiani d'America (da cui il nome del locale). Totem, Teepes, 3 bar in legno e utensili indiani rendono l'ambiente suggestivo. Aperto nei mesi di giugno, luglio e agosto, Indio è una discoteca che può ospitare 1800 persone. La grande pista, che sorge al centro del locale, è coperta da una tensostruttura di 100 metri quadrati fornita dalla Tensoforma. L'impianto di illuminazione e amplificazione è opera della DiscoService di Gabicce Mare. I fratelli Ugo e Leonardo Picchioni, nel corso delle estati precedenti hanno modificato e migliorato, sia dal punto di vista tecnico sia da quello scenico, la zona discoteca, adeguandola alle crescenti esigenze del pubblico. Per questa stagione, oltre alla riapertura del privée Tatanka, inaugurato lo scorso anno, sono previsti lavori in sasso per il restyling della zona ingresso. Aperto il mercoledì con la serata "Indian Rock Cafè", il venerdì con "Happy Sound", serata dedicata alla musica anni '70 e '80 e il sabato con "State of Indio Department of Pleasure", l'Indio propone musica di tutti i generi curata da Max Trebbi, dee-jay resident; la direzione artistica è affidata all'XTC Group di Genova e al Bookings Italia di Milano. L'Indio Club, dunque, è il locale ideale per trascorrere una serata ricordando un popolo orgoglioso come gli indiani d'America. ◀

M e t t i   u n   q u a d r a t o   i n   u

PAL 1200
premiato a LDI '95
di Miami (USA)
come **miglior prodotto dell'anno**

n fascio di luce circolare

PAL 1200
il vincitore

Il Profile Automated Luminaire (faro sagomatore automatico) è attualmente il prodotto Martin Professional più sofisticato, che aggiunge una dimensione completamente nuova alla gamma sempre crescente dl apparecchi con controllo a distanza disponibili tra i sistemi di illuminazione professionale con sagomatore elettronico*

PAL 1200 offre inoltre un fascio di luce molto potente, di grandi dimensioni e completamente sagomabile, unito al sistema di miscelazione del colore più efficiente che esista oggi sul mercato. Il sistema CMY (full color mixing) in combinazione ad una particolare tecnica di diffusione*, rende possibile ottenere sfumature piu' morbide e colori uniformi. E' inoltre dotato del filtro di correzione della temperatura colore 5600°K - 3200°K.

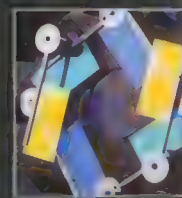
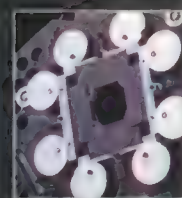
Si aggiungano Gobo rotanti dimensione 'D', zoom, fuoco, frost variabile, pan e tilt, dimmer e controllo totale DMX a 16 bit e sarete in possesso del sistema di illuminazione più avanzato che esista al mondo: PAL 1200

Nato dalla collaborazione di tecnici e progettisti teatrali, per assumere un ruolo da star sul palcoscenico, in studio ed in concerto, non sorprenderà sapere che PAL 1200 di Martin abbia vinto il premio LDI '95 come "miglior nuovo prodotto per l'illuminazione"

** sistema brevettato*

Martin Professional - la scelta dei professionisti

Martin Professional Italy
Nord Italy: Via Nazionale - 33/34 - 33040 Pradamano (UD) Italy
Tel. 0432-671146 - Fax 0432-670617

Centro Sud Italy: Via Marradi 19, 47037 RIMINI
Tel. 0541/385753 fax 0541/383254

LUCI **MARTIN**... E SI ACCENDE S. SIRO

La "Scala del calcio" vive un'altra estate all'insegna del ballo. Otto Roboscan e un Pal 1200 (miglior prodotto luce dell'anno a LDI '95) della Martin Professional utilizzati per l'impianto di illuminazione.

Chi c'é andato in giugno c'era già stato l'anno scorso e probabilmente ci tornerà in luglio, perché una discoteca all'interno dello stadio Meazza - S. Siro di Milano, la "Scala del calcio", é qualcosa che vale la pena di vedere.
Una volta entrati, la curiosità cede il passo al piacere di trascorrere alcune ore ad ascoltare buona musica e ballare in un "estivo" dall'ubicazione, dalla struttura e dall'atmosfera decisamente insolite. Contribuisce anche la suggestione del gioco di luci.

▼ Il Pal 1200, proiettore premiato a LDI di Miami come miglior prodotto luce '95.

Per realizzarlo, la Stage Srl di Guido D'Elia, che gestisce l'iniziativa, é ricorsa alle apparecchiature della Martin Professional. Sono stati infatti installati 8 Roboscan 1220, assortiti fra i modelli XR (gobos rotanti), CMY (full color mixing rotogobos) e RPR (gobos e prismi rotanti) forniti dalla Euroimpianti di Senigallia (AN).
Il tecnico Sandro Fratini ha ottimizzato l'allestimento sfruttando al massimo il potenziale degli apparecchi e dimostrando che anche con pochi effetti "giusti al posto giusto" i risultati scenografi possono essere splendidi.
Per l'intera operazione di montaggio delle strutture dei palchi che ospitano la pista e i bar, Fratini e il suo staff della Euroimpianti hanno utilizzato 480 metri di americane.
L'aggiunta di un Pal 1200, scanner professionale e fiore all'occhiello di Martin, premiato a LDI come miglior prodotto luce '95, che invade la gradinata dello stadio opposta alla discoteca con i gobos dicroici precolorati, accentua la suggestione.
La gestione dell'impianto avviene tramite un PC dove é installato il 3032 Pc Package, software Martin capace di gestire fino a 2048 canali DMX. I light-jockey Graziano e Piero con un semplice "mouse" comandano l'intero parco luci che, completato da fari Par 64 e strobo, é montato sopra una struttura ring in alluminio insieme al sistema di

diffusione sonora.
La Rent Audio di Carlo Pezzullo ha garantito l'assistenza tecnica per tutto il periodo di apertura (da metà giugno ai primi di agosto, ogni sera meno domenica e lunedì) di questa originale discoteca da 3.000 posti, aggiornando continuamente anche il programma luci per offrire sempre nuove scenografie. ◀

▲ ▼ Sopra, una veduta esterna dello stadio di S. Siro. Sotto, la gente balla nello stadio.

ADDIO A **GIOVANNI CHIAVERRI** SIGNORE DELLA NOTTE DI MILANO

Cominciò a occuparsi di discoteche all'inizio degli anni Settanta, quando la famiglia Donati, proprietaria del Kursaal di Milano (ora Nuova Idea), gli girò alcune quote in cambio di certi lavori eseguiti nel locale: allora si occupava di arredamenti, per locali da ballo ma anche barche. Ben presto quel nuovo mondo lo catturò, spingendolo a cambiare vita, lavoro, tutto. Nel maggio di quest'anno, quando è tragicamente scomparso, Giovanni Chiaverri poteva contare su un vero e proprio impero nel mondo della notte milanese. "Un ottimo imprenditore che gestiva le sue aziende con passione e professionalità. Serio, preciso, corretto", così lo definisce Maurizio Betti, presidente del SILB di Milano.

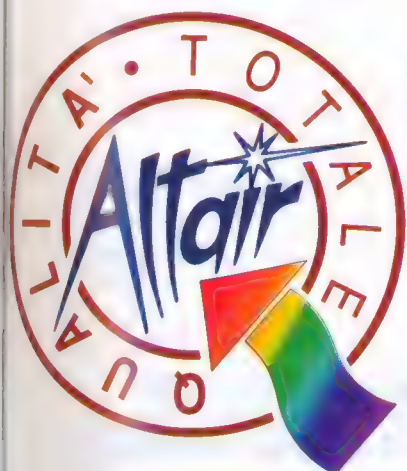
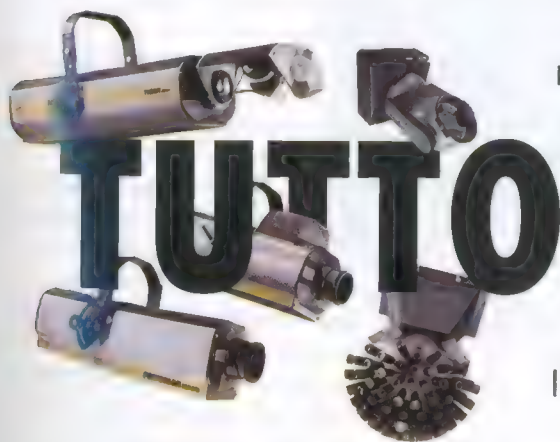
"Un uomo schivo, di poche parole, persino freddo per chi non lo conosceva, ma di straordinarie qualità umane e professionali, un uomo che sapeva dare sicurezza": così lo ricorda Eliano Girola della Light Video Sound (nella foto, in piedi, accanto a lui), che ha sempre supportato con tecnologia audio e luci i locali di Chiaverri. Tiene a precisare Girola: "Negli anni si era stabilito fra noi un rapporto di stima e amicizia. Per questo voglio ricordarlo non tanto come cliente ma soprattutto come amico".

"Un imprenditore che ha insegnato il mestiere a tutti, un punto di riferimento professionale, soprattutto un uomo di gran cuore che, in questi anni, ha saputo dar lavoro a tanta gente": questa la riflessione di Stefania Agati del Gimmi's di Milano.

La storia professionale di Giovanni Chiaverri, dopo le quote del Kursaal, è tutta in salita. In

quegli anni la Milano notturna era assetata di divertimento e novità e lui sfodera subito un fiuto da leone. Apre lo Splash Down dietro piazzale Loreto, inaugura lo Skylab nella zona di corso Lodi (poi diventato Time), allestisce il primo e più colossale spazio estivo della metropoli lombarda: quel Parco delle Rose ancora oggi riferimento preciso nella geografia del divertimento notturno. Nello spazio dell'ex cinema Araldo, in via Lorenteggio, apre Bandiera Azzurra, dedicato agli appassionati del liscio. Dà vita nei saloni della Meridiana, ex balera decaduta, al mitico Amnesie di Via Cellini, allora frequentato da top model e bella gente, che segnerà una svolta nella storia delle notti milanesi. Nel giro di qualche anno Chiaverri diventa il Signore della Notte indiscusso di Milano, si rivela imprenditore un po' di vecchio stampo che, però, non lascia nulla al caso: mette in piedi Effetto Erre, prima agenzia di pierre che lavora per i locali del suo network e, tranne che dello Splash Down, diventa propretario degli immobili dove sono ubicate le sue discoteche. Chiaverri non si risparmia, il lavoro lo porta a sacrificare parte della propria vita personale. Negli ultimi anni, dopo una lunga malattia, aveva tirato i remi in barca, aveva cominciato a staccare cedendo l'Amnesie, dando in gestione lo Splash Down, affidando ai pierre le serate al Parco delle Rose. "Lo ricordo all'ultimo SIB di Rimini, alla cena di gala Clay Paky eravamo allo stesso tavolo. Cordiale, con quella stessa umiltà che gli aveva permesso di diventare l'imprenditore numero uno di Milano e uno dei primi in Italia", dice Stefania Agati. Un Signore della Notte, Giovanni Chiaverri, che ha creato posti di lavoro, prodotto ricchezza, creato divertimento per tanti milanesi provati dallo stress. ◄

Altair SRL - Via Roma, 206
35010 San Giorgio delle Pertiche (PD)
Tel. 049/9370020 - Fax 049/9370021
Filiale: Via Le Giare, 40
Ronchi dei Legionari (GORIZIA)
Tel. 0481/475288 - Fax 0481/776004
Zona per l'esclusiva: Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige.

LUCI PROFESSIONALI

BENE Nelle Tre Venezie non c'è locale di intrattenimento che non conosca ALTAIR di Pietro Tondello, lo specialista dello Show Lighting, forte di una tradizione che dagli anni '70 lo vede attivo ovunque lo spettacolo **SUBITO** abbia bisogno della sua competenza e della sua professionalità. Sempre disponibile a proporre e a realizzare, con i suoi capaci collaboratori, impianti luce a servizio completo, li assiste con prontezza, grazie anche al suo collaudato sistema di intervento mobile presso il cliente. ALTAIR propone un catalogo di prodotti luce che non ha oggi rivali sul mercato per completezza, innovazione e affidabilità.

TUTTO

Infatti ALTAIR è, nella propria area di esclusiva, l'unico distributore e responsabile per l'assistenza del leader dello Show Lighting: CLAY PAKY. **IL MEGLIO**

PROFESSIONAL SHOW LIGHTING

NOVITÀ

QUESTE PAGINE SONO RISERVATE ALLE AZIENDE CHE OPERANO NEL SETTORE DELL'INTRATTENIMENTO E AI PRODOTTI ***LUCI - AUDIO - ARREDI*** ECC., CHE ESSE CONTINUAMENTE REALIZZANO PER I MERCATI DI TUTTO IL MONDO

MPI ELECTRONIC
KAM Made2Fade

MPI Electronic (via De Amicis, 20010 Cornaredo, tel. 02/9364195, fax 02/9365250), specializzata in prodotti "only for deejay" e distributore di noti marchi come Stanton, Gemini e Numark, aziende note anche in Italia nel settore dei prodotti per disc-jockey, commercializza in esclusiva per l'Italia KAM, azienda inglese di prodotti per disc-jockey, come DJ Jad degli Articolo 31.

Il catalogo KAM, distribuito in Italia, si compone di due mixer dall'ottimo rapporto qualità/prezzo/caratteristiche/design.

La visita guidata al catalogo continua con tre amplificatori e un equalizzatore completamente made in England. In fatto di diffusori, l'obbiettivo è stata la qualità; sette modelli, di cui uno attivo con amplificatore interno da 100W, tutti (a eccezione della K560) con driver Celestion. Tre sorgenti, di cui due digitali, completano il catalogo dell'azienda inglese.

MARGOT

Margot Chips Robot

Prodotta dalla Margot (via XXV Aprile 52, 46022 Felonica - MN -, tel. 0386/916092, fax 0386/916094), la Margot Chips Robot è una apparecchiatura che consente di preparare in soli 59" delle croccanti patatine fritte.
Margot Chips Robot (marchio registrato) fa tutto da sola: porziona le patatine inserite nel freezer interno, le frigge a 180 gradi e riempie automaticamente le apposite taschine da fast-food; l'operatore si limita a caricare il prodotto surgelato e l'olio per la frittura.
L'apparecchio è comandato da una centralina elettronica che consente il controllo e l'automazione totale e permette di seguire su un display le fasi della lavorazione. La pulizia è automatizzata e bastano poche e semplici operazioni per mettere in condizione la macchina di operare di nuovo.
Margot Chips Robot contiene dieci chilogrammi di patatine surgelate, pari a 80 porzioni.
Il problema degli odori e del fumo è stato risolto con un efficace filtro ambientale: Efficox 100. Questo filtro permette l'uso della macchina in qualunque ambiente. Dulcis in fundo, Margot Chips Robot può essere montata su un carrello e utilizzata anche all'esterno.

POLISYSTEM NORD

Sistema informatizzato Club Card

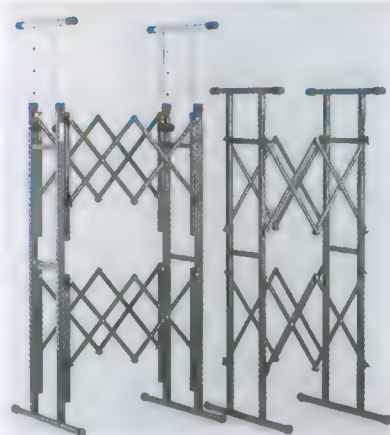
Club Card è un sistema informatizzato completo e sicuro per l'organizzazione e il controllo di locali a grande affluenza di pubblico.
Con Club Card, distribuito da Polisystem Nord (via S. Quirino 44/A, 39100 Bolzano, tel. 0471/260645, fax 0471/260678) vengono eliminati i pagamenti in contanti all'interno del locale utilizzando tessere bar-code indelebili e non smagnettizzabili al posto del denaro.
Club Card velocizza i servizi alla clientela automatizzando i punti bar con un sistema a tastiera dedicata che evita punzonatori manuali e riducendo le operazioni necessarie con i tradizionali computer; consente inoltre semplici operazioni di ordinazione ai tavoli, che vengono effettuate con appositi menu a penna ottica dotata di memoria che passa automaticamente le ordinazioni al bar.
Il controllo dell'attività del locale, settore per settore, avviene con: l'identificazione delle postazioni bar per

controllo degli storni, totalizzazione degli importi e possibile attivazione di meccanismi di incentivo al personale; verifica immediata di tessere rubate o mancanti e blocco automatico delle stesse in caso di tentato riutilizzo; visualizzazione e stampa di movimenti di consumazione (utili come documentazione in caso di contestazioni); situazione delle presenze in tempo reale.
Club Card consente anche di gestire in modo flessibile e modificabile nel tempo: le tessere con molteplici modalità di pagamento; il guardaroba, con particolari accorgimenti per evitare errori e appropriazioni indebite; il magazzino; il parcheggio; le diverse tipologie di pagamento SIAE.
E' l'unico sistema che funziona con un motore Data Base Relazionale e permette anche di promuovere attività innovative: joint-venture pubblicitaria, mailing mirato, biglietti omaggio con particolari restrizioni.

BEVI
LA VITA
BABY
MARTINI
ROSSO
MARTIN

EUROMET

Supporti KS/n-VPA e KS/n-VP

La musica è immagine? Di sicuro ne evoca molte nella mente di chi la ascolta. Allora possiamo guidarle, queste immagini, per non lasciarle scappar via, così da dare più forza alla musica stessa. Un videoproiettore o un videoregistratore può aiutare in questo.
Euromet (Zona Industriale Brodolini, 60025 Loreto - AN, tel. 071/976444, fax 071/978988), azienda che fornisce i supporti necessari per le tante strumentazioni musicali, ha pensato anche a questo aspetto complementare della manifestazione spettacolare e ha creato KS/n-VPA e KS/n-VP, due nuovi supporti per videoproiettori, regolabili e versatili. Anche questi prodotti presentano le caratteristiche di solidità che contraddistinguono la produzione Euromet.

SGM

Regia 512, 256 e 256/36

Tra i prodotti della SGM, che il prossimo settembre terrà in sede un corso di aggiornamento e informazione, si segnalano i modelli Regia 256, 256/36 e 512. Regia 512 è un mixer luci a 512 canali ideale per il controllo di proiettori motorizzati ed effetti luminosi; può controllare fino a 36 unità, siano essi scanner, unità di potenza, cambiacolori o altri effetti; è dotata di una libreria interna (Unit-Library). Le macchine configurabili possono avere da un minimo di 1 a un massimo di 20 canali, compresi quelli del controllo reset, della lampada e del PAN/TILT a 16 bit. Con Regia 512 si può disporre di: 36 programmi che possono essere tutti attivi contemporaneamente; 36 scene per ogni programma; 36 frame; 36 record; possibilità di funzionamento di tutti i programmi in modo Still. Regia 256 e 256/36 sono mixer luci a 240 canali; gestisce in modo semplice canali dimmerabili e proiettori motorizzati. I canali dimmerabili sono pilotabili con Frame, Psyco e Chase; i canali degli scanner sono pilotabili con Programmi. I dati sono organizzati in quattro librerie distinte (Frame, Chaser, Psyco, Programmi); ogni registro, organizzato in 24 pagine, ha associato da 0 a 4 memorie che sono attivate dal registro stesso; ogni pagina del registro contiene la configurazione completa di tutti i registri del mixer; masters dei Registri, Flash, Preset 1, Preset 2; 4 tabelle di softpatch selezionabili; 8 diversi tipi di equalizzazione. Alimentazione: 18Vdc, 450mA max. Uscite: DMX512, RS232, SGM256. Durata di mantenimento dati in assenza di alimentazione: 10 anni.

CODEM MUSIC

Xlight, sistema luci compatto

Presente dal 1987 nel settore dell'elettronica per lo spettacolo e nel settore audio con il marchio DVR, Codem Music (Strada Panoramica Adriatica, 10/C, 61100 Pesaro, tel/fax 0721/24638) ha iniziato nel 1992 la costruzione e la distribuzione dei prodotti Next, con l'intento di creare una linea innovativa di centraline e sistemi luce professionali. Criteri fondamentali nella progettazione dei prodotti Next sono l'affidabilità e la semplicità d'uso. L'ultima novità è il sistema luci Next Xlight (dim: 68x62x26 cm., peso kg. 16,5), che promette di risolvere tutti i problemi d'ingombro, fragilità e trasportabilità che fino a oggi hanno limitato l'utilizzo dei sistemi luce. Xlight è nato per chi necessita di un sistema luci compatto e veloce da installare (service, piano bar, gruppi musicali). È fornito completo di quattro fari Par 56 alu, lampade, flight-case in alluminio e comando a distanza con il quale controllare tutte le funzioni della centralina a microprocessore (a richiesta è disponibile il comando a pedali). È sufficiente estrarre Xlight dal flight-case e inserire la spina in una presa di corrente; a fine spettacolo basta riporlo nel flight-case e trasportarlo anche con la più piccola utilitaria. Xlight è l'unico sistema luci che si installa in 30 secondi.

- *Notizie sulle aziende*
- *Schede tecniche*
- *Indirizzi di tutti gli operatori del settore*

Le pagine gialle delle aziende del settore

VI SERVE UNA COPIA IN PIU'?

IL POSTINO NON VE L'HA CONSEGNATA?

inviare L. 10.000 in francobolli a:

Edizioni *Linea Mielle*

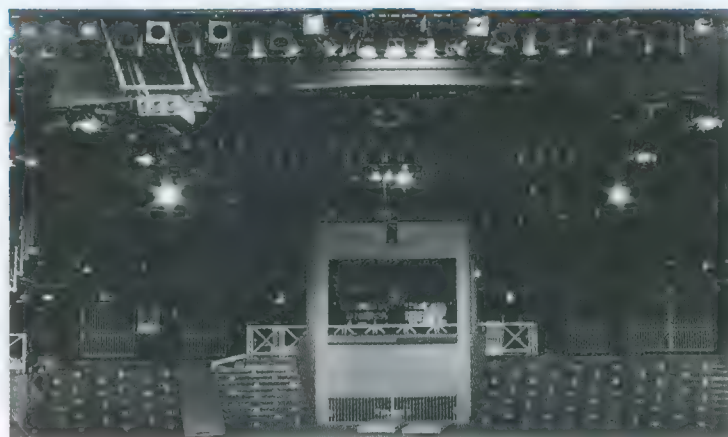
20146 - MILANO Via M. Donati, 6

per informazioni: **Tel. (02) 47710636/9 - Fax (02) 47710065**

ALFACUSTIC

Insonorizzazione professionale

Alfacustic (via Vittorio Veneto 28/A, 20091 Bresso - MI, tel. 02/66500132 6 linee r.a., fax 02/66500018) è un'azienda specializzata nell'insonorizzazione professionale di locali di pubblico spettacolo. Gli interventi di Alfacustic consentono al locale di ottenere la piena agibilità e di operare nel rispetto della normativa vigente in materia di rumore.

Negli ultimi 12 mesi l'attività dell'azienda si é consolidata nel settore della insonorizzazione, con interventi di bonifica acustica effettuati nelle più importanti discoteche di Milano. Alfacustic ha operato al Rock Planet, alla Gare, allo Shangai, al Rolling Stones, al Propaganda (nella foto), al Coquetel 26 e, ultimamente, al Mother Road e all'Avalon Club. Al cliente viene offerto un servizio completo, che va dai rilevamenti acustici in tempo reale allo studio e progettazione, dalla realizzazione delle opere allo sblocco di sequestri e allo svolgimento di pratiche USSL. L'azienda di Alberto e Marco (nella foto) Parisi, è nota anche oltre confine: infatti, è intervenuta in locali come il Nachtwerk di Thun, in Svizzera, dove ha realizzato un'insonorizzazione professionale a tutti i livelli. Ora Alfacustic si appresta a concludere la bonifica acustica di un locale "top secret" del quale si dice che sarà il più grande di Milano.

IFEA

Next Cafè disco bar telematico

Presente nel mercato dal 1952, Ifea produce arredamenti per locali pubblici e d'intrattenimento. Ora propone una novità divertente e futuristica: Next Cafè, il primo disco bar telematico.

Si presenta come un disco pub, e offre food, beverage e musica, con una grande peculiarità: il gioco telematico e video incontri.

Ifea propone dunque un locale dove il gioco virtuale, la comunicazione, la messaggeria, Internet, sono integrati tra di loro in un ambiente a forte immagine architettonica. In un Next Cafè si possono tessere reti di comunicazione tra tavolo e tavolo e tra Next Cafè di varie città. La socializzazione, in un locale di questo tipo, è fortemente stimolata. Next Cafè è un genere di locale facile da gestire e da realizzare, che richiede investimenti contenuti.

Dell'arredamento di Next cafè è punto di riferimento principale il tavolo telematico, che offre molti vantaggi, tra cui: eliminazione del menu cartaceo; ordinazioni tramite computer; statistica giornaliera dei consumi; riduzione dei costi di personale; controllo computerizzato dell'incasso.

PER EVITARE LA CHIUSURA DEL VOSTRO LOCALE...

ATTILIO PECORA, avvocato amministrativista e docente di diritto, esercita la sua attività professionale ad Agropoli (SA). É il consulente legale nazionale del S.I.L.B. (Associazione Italiana Imprenditori Locali da Ballo). Da dodici anni si occupa delle problematiche giuridiche dei locali di trattenimento e spettacolo, essendo anche contitolare della discoteca "New Carrubo" di Agropoli. Collabora con le più note riviste giuridiche e cura dal 1991 la rubrica legale della rivista "Disco & Dancing".

...Un'opera indispensabile per tutti gli imprenditori del trattenimento notturno, una guida sicura, completa, autorevole e di agevole consultazione per prevenire e risolvere i mille problemi dei Signori della notte.

Bruno Cristofori
Presidente Nazionale S.I.L.B.

Per ricevere il volume, compilate il tagliando e speditelo, con assegno bancario non trasferibile o vaglia postale di L. 50.000 - più L. 5.000 (spese postali) - intestato a:
LINEA MIELLE S.r.l.
Via Romagnoli, 1 - 20146 Milano
Tel. 02/47710636-9 Fax 02/47710065

NOME
COGNOME
SOCIETA'
VIA CAP
CITTA' PROV.
TEL. FAX

LINEA SERVICE

Colpo di testa

Un'interessante gadget promozionale, tipicamente estivo, viene proposto da Riccardo Ballarè (foto a sinistra) della Linea Service (Tel. 0321/620021). Si tratta di un cappellino che può essere personalizzato con il nome del locale e, volendo, il nome del cliente cui si vuole fare omaggio. La novità, chiamata "Colpo di testa", presentata a Nightwave, è un sicuro veicolo pubblicitario e, secondo le quantità, viene proposta a prezzi molto interessanti.

GRIVEN

Scanvision 2 e Midscan 2

Griven (via Bulgaria 16, 46042 Castelgoffredo - MN, tel. 0376/779483, fax 0376/779682) presenta Scanvision 2 e Midscan 2, serie di scanner professionali. In particolare, Scanvision 2 è uno scanner a testa orientabile, con un'ottica di altissima qualità e un sistema rotogobo che comprende 5 gobo fissi e 5 gobo rotanti. Scanvision è disponibile nella versione con lampada HMI 575 e HMI 1200. Controllo DMX standard. Midscan 2 racchiude in poco più di 60 centimetri di lunghezza tutta la potenza, la precisione e la velocità di un proiettore professionale. Ideale per ambienti ad altezza limitata, monta 4 gobo rotanti, 4 gobo fissi, 9 colori più bianco, effetto strobo e black-out. Midscan 2 è dotato di lampada HTI 300. Scanvision 2 e a Midscan 2 sono le novità Griven, che nella vastissima gamma, oltre ai proiettori, comlprende: Imperial, Tracer 400, Sky Eagle, Sky Rose e Spillo, fari per esterno; Shuttle, Helios, Splendid, Centron, Cyclope e Concord, centropista; Spot 8, cambiacolori; Carat, proiettore ad effetto Flower. ◄

INSERZIONISTI

Direttore Editoriale
Elise Legziel

Direttore Responsabile
Giuseppe Bonazzoli

Comitato Editoriale
Maurizio Betti, Giuseppe Iannantuoni
Renato Giacchetto

Coordinamento Redazionale
Franco Silvotti
Francesco Zazzera

Collaboratori
Francesco Accursio, Danilo Bellucci, Adriano Bonazzoli, Alberto Cavazzini, Lamberto Cantoni, Antonio Caprera, Luciana Consiglio, Tiziana Corbella Germana Manlis, Attilio Pecora, Roberto Piccinelli, Pierluigi Spiezia, Luca Sandri, Nuvola P. Vasari

Ufficio Pubblicità
Giancarlo Soriani

Editrice: *Mielle Srl*
Direzione, Amministrazione, Redazione
Via E. Romagnoli, 1 - 20146 Milano
Tel. 02/47710636, Tel. 02/47710639
Fax 02/47710065

FIPE/SILB
Via dell'Olmetto, 23 - 00153 Roma
Tel. 06/5881012, Fax 06/5818682

Contributo grafico
C. Gandolfi - A. Villani

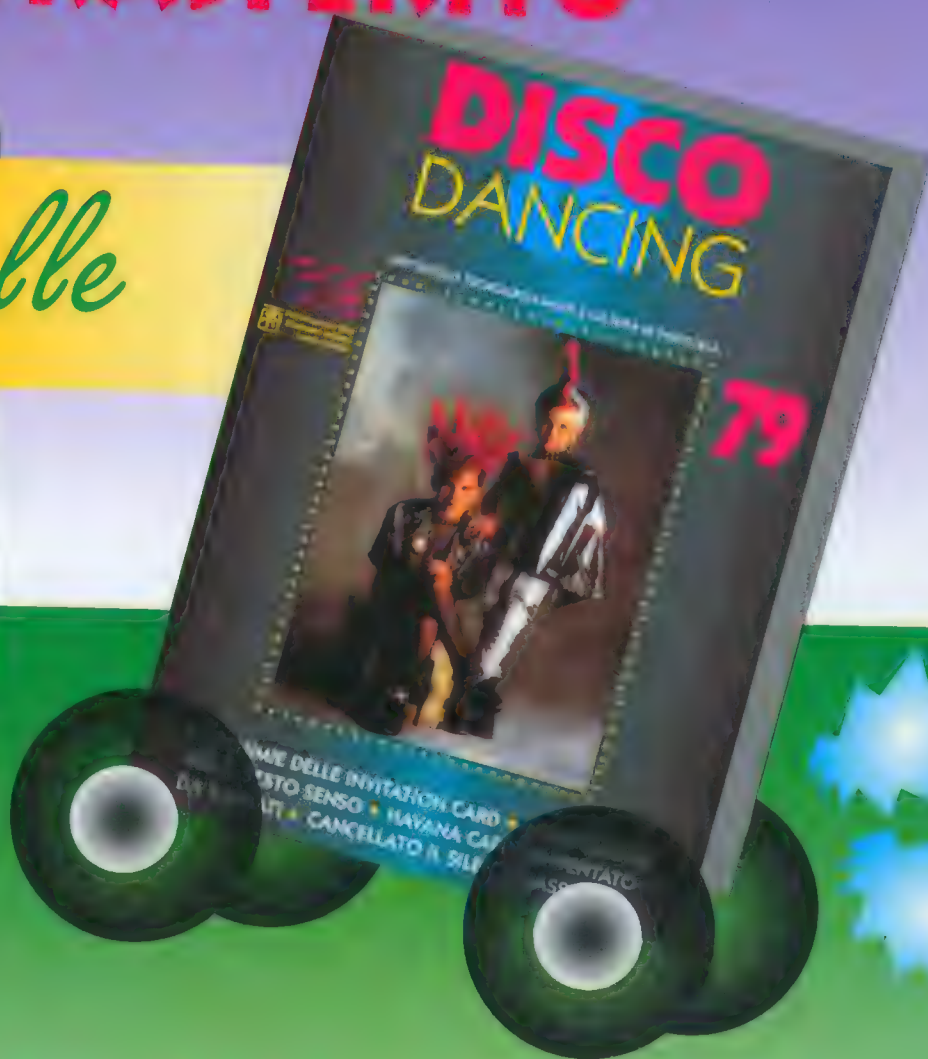
Fotocomposizione e Fotolito
Graphic Service - Milano

Stampa
Grafiche Mazzucchelli
Milano

Registrazione presso il Tribunale di Milano N. 500 del 9/11/1993.

Spedizione in abbonamento postale 50 % Milano.

Mensile di spettacolo, tecnologia, mode e cultura in discoteca, **DISCO &** DANCING è la più autorevole rivista italiana specializzata nel settore. Inviata in abbonamento postale a tutti i proprietari e gestori di discoteche e locali da ballo associati al SILB, è seguita come prezioso strumento di informazione e di lavoro da tutti gli operatori professionali del settore.

L'IVA pagata sugli abbonamenti, nonché sui fascicoli è conglobata nel prezzo di vendita: il cessionario non è tenuto ad alcuna registrazione ai fini IVA (Art. 25 del D.P.R., n. 633/1972) e non può parimenti, sempre ai fini di tale imposta, effettuare alcuna detrazione.
In considerazione di ciò l'Editrice non rilascia fattura.

L'ABUSO DI ALCOL
E' DANNOSO PER LA SALUTE

Distillerie Bagnoli s.n.c.

35048 Stanghella (Padova) · Via Statale, n.4
Telefono 0425 · 95395 · 958686 · 958688
Fax 0425 · 958436

Distillerie Bagnoli
sono marchi re[illegible]trati

CRONACHE SILB

ASSOCIAZIONE
ITALIANA IMPRENDITORI
LOCALI DA BALLO

XVII congresso SILB 23-26/9 a Bardolino

Il tema di quest'anno: un viaggio nei linguaggi delle musiche per ballo in discoteca

Seguendo l'impostazione degli ultimi anni, la convention del SILB raggiungerà quest'anno un'altra località contrassegnata da un'alta densità turistica e al crocevia di numerosi modi di intendere l'intrattenimento notturno. Il XVII Congresso si terrà infatti sul lago di Garda, in un residence situato fra Bardolino e Garda. Sul lago e dintorni v'é grande competitività fra i locali da ballo e, inoltre, nelle regioni limitrofe c'é la più grande concentrazione di discoteche del nostro Paese. Ecco perché il XVII Congresso SILB, fin dalla scelta della sede, si annuncia strategico: nel preciso momento in cui una nuova classe dirigente ha assunto il compito di governare il Paese, il mondo della notte avrà la possibilità di presentare il suo abito migliore nei territori nei quali é più forte. Il centro del Congresso sarà il Residence Poiano di Costermano (VR), che é circondato da 60 ettari di verde mediterraneo e gode di una stupenda vista sul lago. Si tratta di una struttura a 4 stelle, con campo da tennis, sauna, palestra e una grande piscina. Tutte le camere sono fornite di ogni confort.
Il congresso durerà dal 23 al 26 settembre: al loro arrivo, il pomeriggio del lunedì, i congressisti saranno impegnati in alcuni seminari specifici; il martedì si terrà il tradizionale convegno nazionale su un grande tema strategico per le politiche culturali, d'immagine e di pubbliche relazioni del SILB. Il tema di quest'anno verterà sulle musiche che animano le discoteche, sulle riforme che il SILB evidenzierà alla classe politica per favorire la pluralità di proposte di quel linguaggio universale che unisce i giovani di tutto il mondo, dai concerti dal vivo durante il pre-discoteca a tutti i generi che selezionano in target e fasce d'età i consumatori dell'intrattenimento danzante.
Naturalmente si parlerà soprattutto dei problemi collaterali alla fruizione musicale in discoteca, tra i quali segnaliamo relazioni specifiche sul controllo dell'acustica, sulla gestione della ritualità del ballo, su come le nuove modalità aggregative dei giovani si riflettano in nuovi problemi come la capienza dei locali, il nomadismo notturno, le mode. Il mercoledì sarà dedicato a un confronto tra dirigenti dell'Associazione e imprenditori sui temi scottanti del momento. Per gli ospiti sono previsti un'escursione a Gardaland e un tour in battello lungo la costa del lago. Con la collaborazione degli sponsor SILB, si terranno numerose feste, nel residence e in alcune discoteche degli immediati dintorni.
In considerazione del forte aumento dei partecipanti ai lavori dei congressi degli ultimi anni e per non incappare nei problemi organizzativi di sempre, l'organizzazione consiglia di prenotare con ragionevole anticipo, telefonando allo 06/5881012 o allo 02/804059.

La discoteca è solo una discoteca

Risposta ai teologi e ai vescovi che per distruggerla hanno tirato in ballo persino il diavolo. Il vero sbaglio, come dice don Benzi, è proprio demonizzare.

Il tentativo di comprendere l'ostinata frequentazione delle discoteche da parte dei giovani pur in presenza di continue campagne di criminalizzazione, sta convincendo antropologi importanti come il prof. Georges Lapassade a stabilire un parallelismo tra il fenomeno ben conosciuto della trance e i rituali che celebrano le notti passate negli after hours, nei rave commerciali e illegali.
Per dirla in breve, lo sforzo fisico richiesto quando si balla per ore, il rischio di abuso di sostanze psicotrope, il rischio di trovarsi alla guida dell'auto in condizioni precarie, sarebbero bilanciati da un'urgenza di natura mentale: sperimentare le alterazioni dell'Io, tipiche della trance, che da tempo immemorabile evidenziano e, nello stesso tempo, "curano" una "coscienza" che la nostra cultura ufficiale si ostina a banalizzare.
Così la pensa l'antropologo/etnologo Georges Lapassade. Un aspetto importante del suo punto di vista é rappresentato dalla seria presa in considerazione di una differenza qualitativa tra rituali apparentati. Infatti la sua teoria della trance si applicherebbe fondamentalmente ai rave e agli after hours. Per le discoteche il processo risulterebbe molto più sfumato e composito.
Di ben altro tenore i percorsi interpretativi di questi fenomeni, scelti dai rappresentanti ufficiali della cultura della Chiesa. Per la rivista Studi Cattolici "che certa musica di massa possa produrre una psicosi di massa é oggi universalmente assodato.
Si tratta di una regressione del divertimento verso le zone del vitale.
Vale a dire che la musica moderna, con la sua accentuazione del ritmo tende a spingere l'uomo dalla zona razionale a quella affettiva".
Fino a questo punto, malgrado il tentativo di descrivere il fenomeno come una malattia della psiche, esisterebbe ancora una labile parentela con il punto di vista dell'antropologo.
Se per focalizzare il ballo nel rave e negli after hours vogliamo usare il linguaggio della psicopatologia, probabilmente questa passione di divenire un altro può evocare un tratto psicotico. Ma allora cosa dire delle patologie di massa indotte dalla credulità religiosa? Abbiamo già dimenticato i fanatismi scatenati dalla statuetta della Madonna che piange sangue di Pantano (Civitavecchia)?
Ma, al di là del problema del livello descrittivo di un fenomeno, l'articolo citato non mira tanto a convincere il lettore sulle patologie di fondo del ballo; l'obiettivo é più inquietante. Infatti, l'articolo di Studi Cattolici prosegue ricordando che "la trance sciamanica é provocata dal battito ossessivo del tamburo e dalla danza invasata continua. Quando lo sciamano é cotto a quel punto viene "cavalcato" dal demone".
Cosa succede a questo punto? "Nei secoli bui - continuano gli autori - tutta questa preparazione aveva uno scopo preciso: evocare il Diavolo. Oggi Satanasso non compare di fatto nelle discoteche, ma osservando certi effetti sugli appassionati, non si può dire che ne sia rimasto del tutto estraneo".
Con la chiamata in campo del Diavolo, il discorso cattolico - pur con lo stile prudente impostogli dalla sua sostanziale posizione subordinata rispetto al discorso della scienza: ecco perché piace ai teologi partire sempre dal fraseggio scientifico - non dissimula una straordinaria aggressività verso tutto ciò che ritualizzandosi viene a proporsi come celebrazione di uno stile di vita altro da quello cristiano.
Da questo punto di vista l'accusa di satanismo é decisiva.
Ricordiamo che i crudeli inquisitori che durante i secoli bui costruirono col terrore il regno della Chiesa, nei sabba demoniaci, con i quali i rituali delle discoteche secondo gli autori avrebbero una relazione di isomorfismo, non cercavano tanto esempi di possessione, bensì la prova di un patto con il Diavolo: estorta o meno con torture, la confessione di aver intrattenuto conversazioni o rapporti con Satana spediva immediatamente streghe e stregoni sul rogo.
Di passaggio notiamo che la distinzione tra rave, after hour e discoteca si é dissolta. In questo scenario tutto il mondo della notte diviene "discoteca". La discoteca é il "centro" del problema.
Ecco allora che la riduzione del disagio giovanile alla notte, della notte alla discoteca, della discoteca alle sue luci e suoni, può arrivare a rendere plausibile l'intervento della Conferenza Episcopale della Regione Emilia Romagna, improntato esclusivamente a far ruotare intorno al luogo del diverti-

mento tutti i problemi o quasi della comunità. In ogni elemento della discoteca si riflette il disagio del mondo: l'inserimento sociale dei giovani, il contagio del benessere, l'attenzione a soddisfazioni voluttuarie, l'aumento del disagio comunicazionale, il privilegio della comunicazione non verbale. Evidentemente, la discoteca, posta di fronte a questi problemi, non può che essere una risposta fallimentare.
Ma mi chiedo: é giusto porre il problema in questi termini? E' giusto far ricadere sulla discoteca il problema dell'inserimento sociale dei giovani? O l'aumento del disagio comunicazionale?
Io credo che da tempo abbiamo perso il senso delle proporzioni.
Oggi con il termine "discoteca" si vuole dire troppo. Il fatto che il gioco di allargare il proprio lo possa far perdere di vista il "limite" oltre il quale il soggetto entra in territori pericolosi non può essere ascritto tout court all'esperienza della discoteca, dove tutto é limite: dal modo di vestire, al costo dell'alcol, ai controlli... La trasgressione da discoteca é esperienza dei limiti praticabili, e non abbattimento di ogni confine! Ma perché le menti più dotate del pensiero cattolico non lo vogliono capire?
Per questa forma di pensiero la soluzione viene prima del problema, ovvero l'idea che si possa ricercare nei meccanismi della trance una possibile risposta al proprio disagio fa orrore al cattolico, il quale ha sempre affidato la soluzione dei propri problemi alle cure di un Dio personale.
Ma é proprio vero che il ballo, la trance, essenzialmente é una risposta al disagio? Io credo invece che si balli per il proprio piacere! Ma qui incontriamo un altro concetto che da sempre produce attrito tra società e pensiero religioso. In realtà le indicazioni che il pensiero cattolico stabilisce nei confronti del piacere sono all'insegna del minor piacere possibile: possibilmente niente sesso, niente preservativo, nessun rapporto al di fuori della procreazione.
Evidentemente, sembrano pensare molti intellettuali cattolici, se potessimo applicare in modo generalizzato la regola del "minor piacere possibile per il corpo" la sub cultura della discoteca non potrebbe esistere. Ma dal momento che questa cultura é ben reale, se la sconfiggessimo allora emergerebbe un mondo retto della evidenziazione della regola dalla quale eravamo partiti.
Non bisogna certo essere maestri di logica per capire l'errore di questo modo di ragionare. Ma pensiamo veramente che se non ci fossero le discoteche i giovani si accomoderebbero tutti nell'angusto spazio riservato al piacere dalla teoria del cattolicesimo?
In un articolo a commento dei due documenti che ho brevemente commentato, "Il vero sbaglio é demonizzare" (Corriere di Rimini), Don Oreste Benzi ci propone un'altra interpretazione del fenomeno discoteca:
"In questi anni queste manifestazioni di vita non solo non sono state capite, ma ostaggiate, demonizzate anziché risolte in Cristo. Lo scandalo del secolo scorso é stata la perdita da parte della Chiesa della massa operaia. La Chiesa ne ha avuto paura. Lo scandalo di questo secolo é la perdita delle masse giovanili. La mia sofferenza é causata dagli effetti della demonizzazione delle discoteche che diventa demonizzazione dei giovani che vanno in discoteca".

In queste parole c'é qualcosa che non ho trovato nei documenti cattolici dai quali eravamo partiti. Mentre nel documento della CEI e nell'articolo di Studi Cattolici appariva l'immagine dell'Istituzione che tenta, demonizzando, colpevolizzando, proibendo, di ripristinare il proprio potere là dove va scomparendo, in Don Benzi emerge la vocazione della Chiesa di ritrovare le ragioni della propria esistenza là dove l'uomo rischia di cadere.
Ebbene, é di questa, mi si perdoni l'espressione, seconda Chiesa che non riusciamo a farne a meno. Solo preti come Don Benzi possono arrivare a capire il "sacrificio" che molti giovani si stanno imponendo nel preciso momento in cui si illudono di incamminarsi verso la libertà, il piacere. E' dopo aver compreso questo che la "parola" può curare, lenire, cambiare i percorsi della vita.
Qual é allora il ruolo della discoteca in tutta questa faccenda? Certamente non é quello di nascondersi dietro un utilitarismo rozzo o al sonnanbulismo sociale. Ma bisognerà che qualcuno capisca prima o poi che la discoteca é solo una discoteca e non una scuola, una famiglia, una chiesa, un partito.

Lamberto Cantoni

Sabati senza morti se la Polstrada controlla

I controlli effettuati nel Veneto hanno azzerato la mortalità post discoteca in 44 notti su 68. Per un'azione ancor più efficace chiamati in causa famiglia, scuola e società.

Da sempre il SILB sostiene che per fermare le tragedie stradali del sabato sera occorre un'opera di prevenzione a largo raggio che coinvolga tutte le componenti interessate. Che questa sia la strada giusta lo confermano i risultati ottenuti dalla Polizia Stradale per il Veneto nel 1995 attraverso il capillare controllo delle strade nei giorni e nelle ore critiche. Risultati che la Polstrada del Veneto ha riassunto nella relazione che qui pubblichiamo.
Dopo aver ricordato che la stessa accurata azione di controllo e dunque di prevenzione era stata svolta con esito più che soddisfacente anche nel 1994, diventa naturale chiedere: perché la campagna non viene attuata anche nelle altre regioni d'Italia o quantomeno in quelle più "a rischio".

Nel corso del 1995 la Polizia Stradale del Compartimento "Veneto" ha proseguito la campagna di prevenzione e di contrasto del fenomeno infortunistico delle "stragi del sabato sera", ulteriormente sviluppando i moduli operativi predisposti sin dal giugno 1994 ed attuati con i "cento uomini per la vita".
In particolare, su direttiva del Ministro dell'Interno, la Polizia Stradale del Veneto é scesa in campo non più soltanto nelle ore notturne a cavallo fra il sabato e la domenica, ma anche in quelle tra il venerdì e il sabato, rivelatesi ad "alto rischio" almeno tanto quanto le prime.
Nel periodo gennaio-novembre 1995 sono stati 212 i posti di controllo attuati lungo le rotte battute dal cosiddetto "popolo della notte" in 68 notti di fine-settimana: oltre 1.500 effettivi della Polizia Stradale del Veneto, suddivisi in squadre di 6/8 elementi, al comando di un Ispettore o Sovrintendente, coordinati sempre da un Funzionario, hanno dato vita ad un'articolata serie di controlli mirati a contrastare gli eccessi di velocità, l'assunzione di alcool e di stupefacenti da parte di conducenti sospetti di trovarsi in condizioni psicofisiche alterate.
Nel corso dei servizi, della durata di sei ore ciascuno, sono stati controllati 30.000 utenti

a bordo di 9.000 veicoli: 11.725 le infrazioni al Codice della Strada accertate e perseguite dalla Polizia Stradale per il mancato rispetto delle norme di comportamento.
Sono state, in tali cicrcostanze, 2.653 le patenti di guida immediatamente ritirate dagli agenti della Polstrada, per il successivo provvedimento di sospensione da parte delle competenti Prefetture. In particolare, 2.286 gli eccessi più gravi di velocità (più di 40 km/h oltre il limite vigente) riscontrati con gli "autovelox" e "velomatic"; 352 i casi di guida in stato di ebbrezza accertati a mezzo degli "etilometri" in dotazione alle pattuglie della "Stradale".
L'abuso d'alcol ha riguardato 1 conducente su 27 controllati, nella fascia 18/20 anni; 1 conducente su 13 controllati, nella fascia 21/24 anni; 1 conducente su 8 controllati, nella fascia 25/30; 1 su 5 controllati, nella residuale fascia degli ultratrentenni.

Dei conducenti riscontrati positivi al controllo dell'etilometro, il 44% aveva ingurgitato sostanze alcoliche in quantità tali da raddoppiare il tasso alcolico dello 0,8 grammo/litro, tollerato dall'attuale Codice della Strada.
Il fenomeno, analizzato nel Veneto, ha inoltre evidenziato che il 97% dei conducenti "positivi" all'alcoltest era di sesso maschile.
Nel periodo 1° agosto - 17 settembre 1995 la Polizia Stradale del Veneto é stata affiancata, nei posti di controllo, dai medici tossicologi della Medicina legale delle Università di Padova e Verona, dai medici anestesisti dell'Università di Padova per il prelievo e l'analisi dei "liquidi biologici" (sangue e urina) di conducenti sospetti di guidare in stato di grave alterazione per l'assunzione di sostanze stupefacenti: 217 i prelievi effettuati, su strada, a richiesta della Polizia Stradale, a bordo delle ambulanze messe a disposizione dai Comitati provinciali della Croce Rossa italiana.
L'operazione sinergica, finanziata dall'Assessorato Regionale Veneto alla Sanità, ha consentito di individuare 35 automobilisti responsabili di condurre veicoli in stato di grave intossicazione da sostanze stupefacenti e psicotrope!
I sanitari, nel corso delle loro ricerche scientifiche, hanno potuto affermare che la presenza di alcol nei guidatori esaminati é risultata 10 volte superiore a quella registrata in Francia, mentre, per l'uso di droga, il livello italiano eguaglierebbe quello statunitense di 20 anni fa.
Per tali studi scientifici, operati a seguito di controlli su strada, ai predetti tossicologi é stato conferito il "Widmark Istitutional Award" (Adelaide 1995), vero e proprio oscar della ricerca medico-scientifica.
I severi controlli attuati dalla Polizia Stradale hanno consentito di azzerare la mortalità del fenomeno delle "stragi del sabato sera" nella regione Veneto in 44 delle 68 notti in cui sono stati dispiegati i posti di controllo mirati: in 2 notti su 3, su strade ed autostrade della regione non si é registrato alcun sinistro con esito mortale!
Un ulteriore passo avanti non potrà prescindere da:
- l'opportunità, da parte dei genitori, di non affidare ai figli neo-patentati autovetture particolarmente potenti, dalle prestazioni eccessivamente brillanti;
- un'efficace educazione stradale, familiare prima e scolastica poi;
- una più marcata disapprovazione sociale per le gravi trasgressioni comportamentali dei conducenti meno sensibili ai valori della vita e della salute.

E' scomparso Silvano Sormani consigliere SILB di Lecco

Il mondo della notte di Lecco ha perso un imprenditore di valore molto attivo anche nell'impegno associativo a favore della categoria. Il 25 maggio, a soli 51 anni, é morto Silvano Sormani, proprietario del noto ristorante - discoteca Orsa Maggiore di Lecco, assiduamente frequentato dai giovani del lecchese e della Brianza, e consigliere della neo costituita sezione provinciale SILB di Lecco.
Dopo aver conseguito la maturità classica aveva scelto di dedicarsi all'attività tradizionale della sua numerosa famiglia, da sempre operante neil settore dei locali pubblici. Aveva quindi gestito un bar di Lecco. In seguito Silvano Sormani aveva acquistato l'Orsa Maggiore e l'aveva sempre gestita in prima persona, facendone un locale dal successo consolidato. I lecchesi di due generazioni lo ricordano piazzato all'ingresso del suo locale, dove rimaneva dall'apertura sino alla chiusura.

A Padova convegno Triveneto sulle nuove licenze

Recentemente il Governo ha approvato le direttive alle Regioni in materia di fissazione dei criteri e dei parametri per la determinazione del numero delle licenze rilasciabili. Le Regioni debbono ora stabilire le regole che, attraverso la previsione di nuove autorizzazioni in ciascun Comune, incideranno sui già precari equilibri del settore. Gli esercenti temono che la determinazione dei parametri avvenga mediante un'operazione burocratica, senza considerare il notevole cambiamento delle abitudini dei consumatori e, quindi, dell'evoluzione del mercato.
Le nuove regole, anziché paventare nuovi rischi e pericoli, potrebbero dare positive indicazioni agli esercenti per sbloccare la perdurante crisi del settore. In questo senso si é pronunciato il convegno che il 21 maggio ha riunito, a PadovaFiere, esercenti, consumatori esperti e amministratori del settore nel Triveneto, stimolando l'avvio di una programmazione mirante all'efficienza, all'economia e alla qualità del servizio.
Fra gli altri, sono intervenuti al convegno Giuseppe Colucci, presidente APPE e FIPE Triveneto, Luciano Sbraga, responsabile ufficio studi FIPE, Floriano Prà, assessore regionale al commercio.

Decibel e orario problemi dell'estate

Mentre la stagione estiva entra nel pieno, ricordiamo le norme che regolano due importanti aspetti gestionali e come comportarsi in caso di provvedimenti amministrativi.

Quella in corso é la prima estate affrontata dai locali da ballo con la vigenza della nuova legge-quadro sull'inquinamento acustico, n. 417 del 26 ottobre 1995.
Si tratta di una legge non ancora pienamente "a regime", considerato che molti aspetti specifici devono ancora essere disciplinati con appositi decreti o con leggi regionali.
Gli aspetti fondamentali dell'attuale disciplina legislativa sono i seguenti:
A) Si continua ad applicare le disposizioni del D.P.C.M. 1° marzo 1991, limitatamente alle disposizioni di cui agli artt. 2, secondo comma, e art. 6, secondo comma.
Il che significa che, attualmente, l'unico limite da osservare é quello così detto "differenziale", pari a TRE decibel, tra il rumore residuo (quello a discoteca spenta) e il rumore ambientale (a discoteca in funzione).
Inoltre, la misura del suddetto criterio differenziale non può essere effettuata all'aperto, ma esclusivamente all'interno delle abitazioni a finestre aperte. Nella misurazione del livello equivalente del rumore residuo (il rumore di fondo a discoteca spenta), va considerato il traffico veicolare, per cui le misurazioni che lo escludessero sarebbero errate, inattendibili e illegittime.
Una corretta e completa misurazione dei livelli acustici deve includere la verifica del rumore ambientale (quello a discoteca in funzione) all'interno delle abitazioni che si ritengono disturbate e a finestre chiuse.
Qualora tale ultimo livello di rumorosità durante la notte fosse inferiore a 30 dB(A), allora ogni effetto di disturbo del rumore va ritenuto trascurabile e, quindi, il livello del rumore ambientale rilevato deve considerarsi accettabile.
Ciò significa che se anche il livello differenziale di 3 dB(A) viene superato, ma non si raggiungono i 30 dB(A) all'interno delle abitazioni a finestre chiuse, allora la situazione deve essere considerata perfettamente regolare. Una relazione tecnica sui livelli di rumorosità che escludesse tale ultima verifica "a finestre chiuse", sarebbe incompleta e dunque illegittima ed inattendibile. Eventuali provvedimenti amministrativi di chiusura, adottati a carico di discoteche in conseguenza di presunte violazioni del D.P.C.M. 1° marzo 1991, vanno tempestivamente impugnati con ricorso al T.A.R. entro 60 giorni, con contestuale richiesta di sospensiva immediata.
Qualora invece venisse adottata in sede penale una misura di sequestro del locale, il ricorso per il riesame del sequestro va inoltrato entro il breve termine di 10 giorni al competente Tribunale della Libertà.
B) Le sanzioni previste dalla nuova legge-quadro sull'inquinamento acustico consistono in sanzioni amministrative, oscillanti, secondo i casi, da un minimo di lire 500.000 ad un massimo di lire 20.000.000.
Naturalmente, in caso di adozione di dette sanzioni, il destinatario può esercitare tempestivamente le procedure di opposizione previste dalla legge 689/1981.
C) La sospensione dell'attività può invece essere disposta dal Sindaco solo quando ciò "sia richiesto da eccezionali ed urgenti necessità di tutela della salute pubblica e dell'ambiente".
Tale norma tutela i titolari dei locali da ballo nei casi di frettolose, ingiustificate ed immotivate ordinanze di chiusura o di sospensione dell'attività.
Nei casi in cui tali misure venissero comunque adottate, le stesse possono essere impugnate dal T.A.R., con richiesta di immediata sospensione del provvedimento di chiusura.

IL PROBLEMA ORARIO

Su questo tema scottante le norme non sono cambiate.
Ferme restando le singole discipline regionali, la determinazione dell'orario delle discoteche compete al Sindaco.
Ciò però non significa che il Sindaco può arbitrariamente determinare l'orario come crede, in quanto la giurisprudenza amministrativa ha statuito che tale determinazione deve essere fatta considerando la natura dell'attività, le esigenze lavorative delle aziende e gli interessi della clientela.
Il che significa che eventuali provvedimenti limitativi assolutamente fuori da ogni logica sarebbero illegittimi e in quanto tali impugnabili con ricorso al competente T.A.R.
Sono infatti numerosi e recenti i casi in cui i Tribunali Amministrativi hanno immediatamente sospeso provvedimenti dei sindaci, con i quali gli orari delle discoteche erano stati determinati in maniera drastica, immotivata e penalizzante.

Avv. Attilio Pecora

Pubblichiamo, a futura memoria, l'intervento di Romano Prodi alla tavola rotonda organizzata dal SILB in occasione di SIB '95, quando egli era soltanto un professore, seppure illustre. Ora che é diventato Presidente del Consiglio non gli chiediamo di rispettare impegni, perché non ne ha presi, ma di confermare, da ben altro pulpito e con ben altra autorevolezza, in modo concreto (non ne mancherà certo l'occasione), quell'attenzione senza pregiudizi verso il mondo della notte manifestata un anno fa a Rimini.

Vediamo se Prodi è uomo di parola

A SIB '95 manifestò un'attenzione senza pregiudizi verso il mondo della notte, ci attendiamo che la confermi ora che è Presidente del Consiglio.

Vi ringrazio per l'invito ad essere tra voi per parlare dei vostri problemi. Io considero il vostro comparto e più in generale il turismo una delle risorse primarie del nostro Paese.
Ho sempre ritenuto che ci fosse una sinergia fra turismo e divertimento notturno, tanto più che queste due attività hanno diverse qualità in comune. Ritengo che turismo e divertimento notturno siano fra le poche attività imprenditoriali, fra i pochi comparti che possano dare ancora per molti anni nuova occupazione. D'altronde, la presa in carico di tutti i bisogni della clientela turistica deve per forza rompere le barriere della vita diurna e porre il problema del consumo intelligente della notte.
Noi immaginiamo dunque che turismo e intrattenimento abbiano un ruolo trainante per l'economia italiana insieme alla protezione del patrimonio artistico e ai passi che dovremo fare per essere competitivi nel campo dell'alta tecnologia. Però ricordatevi che il turismo é una macchina complessa. Anche quando sembra funzionare al meglio può riservare delle sorprese.
Ma arriviamoci per gradi.
I numeri dicono che oscilliamo tra il terzo e il quinto posto al mondo per fatturato turistico. È un primato invidiabile. Ancora, noi siamo i leaders mondiali nelle discoteche e nelle attrezzature da discoteca. Queste nicchie della industria italiana sono la forza del nostro sistema produttivo: una rete impressionante di aziende di grande flessibilità e produttività capaci di fatturare migliaia di miliardi. Pochi politici e, nel caso delle discoteche, pochi economisti sono al corrente di tanta vitalità economica. Ma si tratta di aziende che poi entrano di prepotenza nella bilancia commerciale e salvano il bilancio del nostro Paese.

Un osservatore esterno a questo punto potrebbe aggiungere: bene, una parte del Paese senza troppe attenzioni da parte di politici ed economisti sembra funzionare bene, lasciamoli lavorare! Ma bisogna fare attenzione, perché la macchina del turismo italiano non é una macchina moderna. Direi che possiede tutti i sintomi dell'arretratezza. Vi propongo alcuni esempi: indubbiamente siamo una vera e propria potenza nel turismo culturale...Ebbene, non abbiamo una catena di alberghi italiana!
Questa anomalia ha ripercussioni anche sul turismo del divertimento, sul "turismo" delle discoteche. E' evidente che il potenziale turista estero prima di pensare alla discoteca deve prenotarsi un albergo. Ora, se volete attrarre dall'estero i turisti, essi devono sapere di preciso che trattamento li aspetta, il tipo di albergo, la struttura, i servizi. Ma se analizzate gli alberghi nuovi delle nostre città, e questo é per me impressionante, essi appartengono tutti o quasi a catene straniere. Questo é uno dei problemi che più mi preoccupa, proprio perche io ritengo il turismo una delle grandi potenzialità economiche del nostro Paese.
E poi, vedete, la disoccupazione deriva in buona parte dal cosiddetto progresso tecnologico. Ma in attività come quello del turismo e del loisir, che si dedicano alla cura delle persone, é difficile che si possano immettere automazioni eccessive nelle loro

strutture, quindi, più crescono, più hanno bisogno di nuovi addetti. Inoltre il turismo é l'unica attività economica che va bene nel sud, nel nord, nell'est, nell'ovest dell'Italia; ogni regione ha il suo turismo. Ma nessuna di esse ha strutture per un turismo di ottimo livello medio: pensate al Veneto, alla Val d'Aosta, alla Lombardia, alla Sicilia, all'Abruzzo, alla Toscana, all'Umbria, ognuna con un turismo diverso, ma anche con un'enigmatica incapacità di modernizzarsi fino in fondo.
In questo ambito, evidentemente, si cala il ruolo delle discoteche, il ruolo del divertimento. E' senz'altro uno dei servizi complementari al turismo e rappresenta un comparto di assoluto rilievo in Italia: non soltanto per i milioni di frequentatori, i settemila locali (negli Stati Uniti sono solo seimila), ma perché questo vuol dire che qui c'é una domanda molto più forte, molto più concentrata, molto più intensa che in altri Paesi.

Tanto é vero che quasi un quarto delle spese per il divertimento é rivolto a questo settore: ben il 22,7%. Il ballo viene prima dello sport, del tempo libero, come attività economica. Una volta al mese il 37% dei ragazzi e 28% delle ragazze frequentano le sale da ballo. Queste cifre sintetiche vi danno un'idea dell'importanza del settore.
Ebbene, un comparto così importante non può essere distratto da fenomeni sociali e dalle conseguenze che essi implicano.
Ciò che mi preoccupa delle sale da ballo é che i problemi sono prepotentemente venuti alla luce quando ci sono stati i primi morti sulle strade e non si riesce a cambiare di registro.
Quando abbiamo fenomeni che si innervano in profondità nel sociale come il divertimento notturno, non possiamo permettere che i problemi emergano solo con il momento del dolore, il momento patologico, perché quando si arriva a questo punto allora la macchina degli interessi che sta dietro il fenomeno si é già consolidata, e diventa molto più difficile trovare dei rimedi. Ecco allora che arrivano anni di scontro muro contro muro che non portano da nessuna parte.
In quest'ultimo contesto le giornate come oggi diventano molto importanti, perché può cominciare un dialogo che avrebbe dovuto iniziare prima che il problema entrasse in modo patologico sulle pagine dei giornali. Infatti la distrazione dovuta ai mass media ha fatto sì che il cambiamento risultasse più lento e difficile.
Non a caso, da alcuni anni a questa parte la domanda di divertimento é stagnante, ed é bene chiedersi se questo é dato dalla situazione economica generale, oppure, come io credo, anche perché siamo un po' lenti nell'interpretare le nuove esigenze, i nuovi problemi dei giovani.
Qualche disagio dovuto al cambiamento é riscontrabile. Ho parlato prima con qualche giovane e mi é sembrato che ci fosse qualche disagio nei confronti dell'attuale modo di organizzare il divertimento notturno. La prima frase che mi ha colpito é stata: "sapesse quanto é difficile far venir mattina". Quasi fosse un dovere, si é instaurato un record del far tardi, che ha prodotto angoscia in alcune centinaia di migliaia di genitori. Questo é un sintomo che non abbiamo interpretato in anticipo quello che sta avvenendo.
Ora mi chiedo: perché é scattato proprio adesso il problema? Io non credo che sia casuale, un po' siamo stati in ritardo, ci si doveva pensar prima, sono scattati i problemi degli incidenti, dei morti, dei ragazzi uccisi. Ma secondo me la nostra società sta acquistando un po' più di sensibilità, il passaggio dagli anni Ottanta agli anni Novanta sta proprio qui: negli anni Ottanta il futuro era nostro, adesso sempre di più il futuro é il futuro dei nostri figli. Siamo meno egoisti, ci preoccupiamo di più, capiamo che scommettere solo per noi é un fatto che ha poco senso e allora ci preoccupiamo dei problemi dei nostri figli: la scuola, la loro professione futura, la loro occupazione e anche del loro tempo libero. E' chiaro che nella frase sopra riportata, che ho raccolto casualmente, ci sono già dei suggerimenti per delle vie di condotta che legano insieme i gestori e le famiglie: primo, la discoteca deve essere qualcosa di diverso, cioé deve essere un luogo dove

non ci sia solo la pressione monocorde della musica, ma sia un luogo dove si mangia, dove si sta insieme, dove ci si distrae, ci si riposa, sia qualcosa di non compresso, esasperato. La sensazione dei ragazzi é che la discoteca sia qualcosa di compresso e so che ci sono già dei cambiamenti in materia. Bisogna fare in modo che la scelta di stare in discoteca sia una scelta di comunicazione, di socializzazione, che io credevo fosse molto forte e invece non lo é. Nelle parole dei giovani c'é il desiderio che la discoteca non sia più solo un luogo di evasione ma anche di incontri. Non é un desiderio che emerge soltanto da parte degli adulti, ma anche dal 56-57% dei giovani che sono regolari frequentatori delle discoteche.
Non voglio poi parlare del patologico, ma anche la droga stessa dovrebbe essere combattuta non in modo repressivo, ma dalla forza pubblica in maniera preventiva. Bisogna comunque tener conto che il 63% almeno dei giovani preferisce alla discoteca locali in cui si può parlare e aggregarsi, allora la discoteca polifunzionale diventa un luogo di arrivo, tranquillizzante, un luogo dove poi alla fine la stanchezza é minore. Quindi la riorganizzazione dell'offerta di questi locali é d'obbligo.
Tutti siamo d'accordo sulla unificazione dell'orario di chiusura, sennò ricomincia la gara di chi va a letto sempre più tardi e delle discoteche che così sono obbligate a chiudere la mattina e questo non ha senso. Anche se la legge prevede che l'applicazione sia regionale, se il SILB, ad esempio, facesse in modo che la legge venisse unificata, sarebbe impossibile per le singole regioni trasgredire e quindi verrebbe ad essere eliminato quel fenomeno turistico post e in- fra discoteche.
Che siano poi le tre, le quattro, questo dovete essere voi a proporlo alle autorità pubbliche, che non possono che prendere atto del vostro accordo. La politica non deve entrare in tutti gli anfratti dell'edificio della società civile. La discoteca é un meraviglioso intervallo del tempo della vita dei giovani e non può compromettere i loro ritmi di lavoro e di studio giornaliero.
La discoteca deve creare la sensazione di una giornata diversa dalle altre, ma non può turbare e capovolgere i ritmi del resto della settimana. I ragazzi, nell'ambiente di lavoro o di studio, si sentono esclusi e isolati. E' disumano che essi vadano in discoteca con questo problema e ne escano ancora più oppressi ed isolati. Bisogna che voi imprenditori risolviate questo problema, perché é a questo livello che vi giocherete il bisogno di legittimità che mi avete più volte espresso.

Romano Prodi

Paolo Sani lascia il Caravel e la presidenza SILB di Mantova

Era da tempo che Paolo Sani, uno degli imprenditori più prestigiosi e stimati d'Italia, in attività dal 1948 e fra coloro che hanno il merito di aver costruito il fenomeno discoteca in Italia, meditava di passare la mano. Negli ultimi tempi non ne faceva neppure mistero. "Sono proprio stanco, ogni nottata nel locale mi costa sempre più fatica", mi confessò una delle ultime volte che mi fermai a salutarlo a Mantova, dove era titolare del Caravel e anche presidente provinciale SILB. Con la classe che lo ha sempre distinto Paolo Sani (foto in alto con Grace Jones) è uscito dal mondo della notte in punta di piedi, senza proclami nè celebrazioni d'addio, come invece meritava. Ha scelto di andare a ritirarsi nella sua Sassuolo e in quel borgo dell'Appennino modenese dove, da tempo, si rifugiava sempre più spesso per ricaricare le pile. Ma un personaggio come lui merita di venire ricordato con rispetto. La sua storia umana e professionale è raccontata in un capitolo del mio libro "I Signori della Notte": dal primo locale inaugurato nel 1948 in una ex Casa del Popolo a Sassuolo alla sua doppia e faticosa attività portata avanti per anni come direttore in un'azienda di ceramiche. La sua grande passione per il mondo della discoteca ha dato vita a locali mitici come Picchio Verde, Picchio Rosso, Jumbo, Piccadilly Stryx e il Caravel. Grazie, Paolo, per quello che hai saputo insegnarci con il tuo esempio.

(g.b.)

Guerra aperta agli After hour

Guerra ancora più aperta per impedire gli after hour: proposta di espulsione dall'associazione per i gestori che li ospitano o li organizzano nei loro locali, impegno per raggiungere il più presto possibile una normativa che stabilisca punti fermi contro questo dilagante e pericoloso fenomeno di concorrenza sleale. Questa la decisione di maggior rilievo adottata dal Consiglio Direttivo nel corso dell'ultima riunione pre-estiva che si è svolta a Rimini, precisamente al Bounty Club, alla vigilia di Nightwave, fiera sulle tendenze giovanili di cui scriviamo in altra parte del giornale.
Nell'occasione il vicepresidente nazionale Ennio Sanese ha messo in evidenza, ancora una volta, la difficoltà nei rapporti con la FIPE e ha annunciato il suo distacco dalla Commissione SILB che ha avviato da tempo contrattazioni con la SIAE e le compagnie di assicurazione; il distacco, ha spiegato Sanese, é motivato dall'atteggiamento ostruzionistico della FIPE.

PALERMO

Cambio della guardia alla presidenza SILB

Santi Bisanti, da alcuni anni presidente provinciale del SILB di Palermo e impegnato nell'Associazione anche con la carica di consigliere nazionale, ha deciso di passare la mano almeno per quanto riguarda il coordinamento della sezione provinciale nel capoluogo siciliano. Santi Bisanti, da oltre un anno assente per ragioni personali alle più importanti riunioni del Consiglio Direttivo, nel ruolo di presidente provinciale SILB di Palermo è stato sostituito da Giovanni Guttuso.

LOMBARDIA

"Party in sicurezza" nelle discoteche

Il 19 luglio 160 ragazzi prenderanno parte, presso la discoteca Triangolo Open di Novedrate (CO), alla finale di "Party in sicurezza", un'iniziativa degli Automobile Club della Lombardia con il patrocinio dei ministeri dell'Interno e della Sanità. I 50mila giovani che hanno partecipato agli undici "Party in sicurezza" svoltisi in altrettante discoteche della Lombardia, hanno scritto slogan, cioè messaggi dei giovani ai giovani, hanno risolto quiz e hanno risposto alle domande dei dj sull'educazione stradale.
Radio 101 ha diffuso otto messaggi ogni giorno per tutta la durata della manifestazione, iniziata il 7 giugno alla discoteca Nuvolari di Cremona e proseguita in: Studio Zeta di Caravaggio (BG), Country di Pontevico (BS), Vanità di Vigevano (PV), La Selva di Vergiate (VA), Encanto di S. Colombano al Lambro (MI), Ca' Franca di Lipomo (CO), Mulino della Frega di Lardirago (PV), L'Angelo di Suzzara (MN), Meridiana di Sondalo (SO), Gate Open di Oggiono (LC). Il 19 luglio, come già detto, la conclusione al Triangolo Open di Novedrate. I 40 ragazzi che si dimostreranno più preparati parteciperanno a un corso di guida all'autodromo di Monza; i due ragazzi autori del miglior slogan sulla sicurezza stradale verranno premiati con viaggi-studio di un mese negli Stati Uniti e in Gran Bretagna.

TORINO

Varato regolamento per i circoli privati

L'amministrazione di Torino, gli enti a carattere nazionale a cui sono affiliati i circoli privati che somministrano alimenti e bevande ai propri associati e le associazioni dei pubblici esercizi e locali di pubblico spettacolo hanno firmato un protocollo d'intesa per disciplinare l'attività dei circoli.
Sulla base di tale accordo, a Torino é stato emanato un regolamento destinato a disciplinare l'attività dei circoli privati e che, tra l'altro, stabilisce: tutti i gestori di bar e ristoranti dei circoli devono iscriversi al REC; per somministrare alimenti e bevande i circoli devono munirsi di autorizzazione sanitaria; il presidente del circolo deve certificare che nei locali non entrano più di 100 persone, in caso contrario dovrà ottenere l'idonea certificazione di prevenzione incendi; i circoli debbono avere organi di direzione e controllo e non svolgere l'attività di somministrazione con caratteristiche imprenditoriali; i locali di somministrazione devono essere posti all'interno della sede del circolo senza possibilità di accesso diretto da strade, piazze o altri luoghi pubblici; il rilascio della tessera al socio richiedente deve essere vagliata da un organo del circolo; alla somministrazione vanno ammessi solo i soci; i circoli privati debbono essere effettivamente affiliati a enti nazionali riconosciuti dal ministero degli Interni; l'attività di somministrazione deve essere complementare a quella del circolo. La circolare ministeriale che tocca gli stessi temi del regolamento del comune di Torino (entrambi possono essere richiesti alla FIPE), ha inoltre invitato i sindaci e le forze dell'ordine a intensificare il controllo dei circoli.

ROMA

I totoricevitori entrano nella FIPE

L'Unione Totoricevitori Italiani Sportivi é entrata a far parte della FIPE. L'UTIS, nata agli inizi degli anni '50 e dichiarata Associazione Benemerita dal CONI nel 1988, rappresenta la quasi totalità dei totoricevitori italiani (oltre 10.000). L'adesione alla FIPE é legata all'esigenza di incidere maggiormente sulle scelte politiche e sociali collegate all'assunzione del gioco nel suo complesso.
Nell'incontro fra le due organizzazioni, svoltosi il 13 maggio a Milano, al quale hanno partecipato anche il presidente dell'UTIS Chiari e per la FIPE il vicepresidente Romanelli e il segretario generale Sommariva, é stato deciso di "Procedere velocemente ad una integrazione fra le strutture territoriali della FIPE e della UTIS, nel rispetto delle peculiarità proprie del comparto inerente l'assunzione del gioco e dei reciproci assetti organizzativi". Per facilitare tale processo, saranno costituiti gruppi di lavoro composti da totoricevitori già soci del sistema federale, coordinati, di norma, dal presidente provinciale della UTIS. Il gruppo individuerà le necessità specifiche sul territorio e organizzerà i dovuti servizi.

LIVORNO

Diventa regionale il problema After hour

Il caso dell'autorizzazione concessa dal Consiglio Direttivo della sezione di Livorno a un associato per l'organizzazione di After hour e che ha provocato le dimissioni del presidente e del segretario provinciali Mauro Donati e Giuseppe Capodicasa (ne abbiamo riferito ampiamente nel numero scorso di Disco & Dancing) ha coinvolto, com'era inevitabile, il SILB dell'intera Toscana. Il problema é stato ampiamente discusso ed avviato a soluzione nel corso del Consiglio regionale svoltosi il 18 giugno a Firenze. La situazione a Livorno dovrebbe normalizzarsi entro luglio o comunque a breve, attraverso anche una chiarificazione, con regole precise e inderogabili, sugli After hour a livello regionale. Previsto un cambio della guardia alla presidenza livornese a causa degli accresciuti impegni di lavoro di Mauro Donati. Giuseppe Capodicasa revocherà invece le dimissioni se il C.D. livornese a sua volta revocherà il parere favorevole sugli After hour, anche se concesso in via del tutto eccezionale e che si é tradotto in una sola manifestazione.

MILANO

Don Rigoldi difende le discoteche

Ancora sangue sulle strade del sabato sera, ancora morti in auto dopo la discoteca. Perché? Come si può fermare la strage? Alle domande poste da un lettore al diffusissimo periodico "Famiglia Cristiana", e che tanti da tanto tempo si pongono, don Gino Rigoldi, animatore di "Comunità nuova" e profondo conoscitore del mondo giovanile, ha risposto con osservazioni e proposte molto interessanti che qui riassumiamo. E' anche una risposta indiretta a chi, a proposito delle discoteche, addirittura ha tirato in ballo il diavolo.
"Potrei ripetere - scrive don Rigoldi - quello che é stato scritto su tutti i giornali dopo l'ennesima strage del sabato sera: grida d'allarme, condanne della discoteca, richieste di chiusura o drastici limiti d'orario. Discorso troppo sterile, già fallito. Io mi porrei invece alcune domande: Perché ai giovani piace tanto la discoteca? Perché di notte? Perché si "caricano" con alcol o ecstasy? I genitori e gli educatori, prima di intervenire, devono ascoltare e capire.
"Va precisato però che non tutti i ragazzi si ubriacano o si drogano in discoteca, e che non in tutte le discoteche si usa la droga o viene tollerato lo spaccio. Io credo che i nostri ragazzi si portino già da casa l'insoddisfazione e quella voglia d'essere diversi che li rende disponibili a consumare le droghe.
"L'idea di abolire le discoteche é da scartare subito: ne nascerebbero altre, più o meno clandestine, e meno controllate. La mia preoccupazione é che i giovani arrivano in discoteca già ubriachi e che sono così disponibili a comprarsi le droghe. E' necessaria quindi una reale prevenzione - oggi pressoché inesistente - per combattere l'alcolismo e il consumo di droghe.
"Infine, si rende necessario un controllo di polizia davanti alle discoteche, soprattutto le più grandi. E anche i gestori e i discjockey potrebbero fare qualcosa: i primi controllando che non si usino droghe e non si abusi di alcol (i più seri lo fanno già); i secondi inserendo nelle serate iniziative, incontri significativi, lavori in comune.
"Un'ultima proposta riguarda l'orario: paradossalmente, io lascerei aperte le discoteche fino alle sei del mattino e concluderei con un cappuccino e una brioche. Non é un controsenso: alle due o alle tre del mattino gli effetti dell'alcol o di altro non sono ancora passati, mentre all'alba l'eccitazione non c'é più, e nemmeno il sonno pesante della notte fonda... Ribadisco che la discoteca é il luogo in cui si scaricano le emozioni, più che quello della perdizione".

Per l'arte varia nulla-osta della Regione

Confermando quanto anticipato da Disco & Dancing nel numero di febbraio 1996 con articolo dell'avv. Attilio Pecora, consulente legale SILB, il Dipartimento Spettacolo della Presidenza del Consiglio dei Ministri, con sua nota del 15 maggio u.s., ha comunicato la sostituzione del nulla-osta di agibilità per numeri isolati di arte varia, fino a quella data rilasciato dallo stesso Dipartimento, con una semplice comunicazione di inizio attività che l'esercente deve far recapitare all'Ente regione.

La nota, recependo il nuovo quadro normativo in materia di spettacolo scaturente dalla legge 30.5.95 n. 203, ha attribuito alle regioni la competenza in tema di controllo della sussistenza dei requisiti necessari per il proseguimento di tale attività (parere favorevole dell'ENPALS, autorizzazione comunale per piccoli trattenimenti su pedana).

Le prefetture continueranno a svolgere i diversi profili di vigilanza e di controllo dei requisiti, assicurando altresì le norme previste dal Tulps.

Alle stesse Regioni devono essere indirizzate le istanze per l'ottenimento del parere per l'impiego di artisti extracomunitari, di cui all'art. 14, 2° comma della legge 30.12.86 n. 943.

Nel sottolineare la rilevanza di tali innovazioni per il settore "night club" e locali da ballo, ricordiamo agli interessati di segnalare alla FIPE eventuali problemi circa l'applicazione della nuova procedura.

Qui accanto pubblichiamo il fac-simile della comunicazione di inizio attività da inviare alla Regione di competenza, rammentando che detta comunicazione soggiace alla normativa ex L. 7.8.90 n. 241 che all'art. 21 prevede risvolti di carattere penale per comunicazioni false o mendaci.

Dal 15 maggio, per ottenere il nulla-osta di agibilità per numeri isolati di arte varia basta inviare alla Regione una semplice comunicazione di inizio attività.

DENUNZIA CAUTELATIVA DI INIZIO DI ATTIVITA' PER ANIMAZIONE E NUMERI ISOLATI DI ARTE VARIA

On. Regione ....

OGGETTO: denunzia cautelativa di inizio attività a norma della legge 7.8.1990, n. 241, art. 19 e del D.P.R. 26.4.1992, n. 300, Tabella "A".

Il sottoscritto...
in qualità di legale rappresentante
della società...
titolare dell'azienda...................................
denominata...
sita nel Comune di.......................................

PREMESSO CHE

- lo scrivente è titolare della licenza n...... rilasciata il....... di cui agli artt. 68 del R.D. 773/1931 e 19, n. 5 del D.P.R. 616/1977, riferita al locale e all'attività di cui innanzi;

- la tenuta di spettacoli di cd. "animazione" e/o di arte varia nel locale suindicato è pertanto già autorizzata con la licenza sindacale sopra indicata, ed è comunque assolutamente estranea alla disciplina di cui al Decreto del Capo del Governo 14.2.1938, n. 153, atteso che il nulla-osta ivi previsto è riferito esclusivamente alle compagnie teatrali professionali senza sede stabile;

- ciò nonostante, per interpretazione analogica da parte di alcuni locali P.A. e forze di polizia si sostiene la sottoposizione dei numeri isolati di arte varia e/o di cd. "animazione" in discoteca alla disciplina del C.D.G. 153/1938;

tutto ciò premesso, nel ribadire che il suddetto nulla-osta è riferibile, per espressa disposizione di legge, alle sole compagnie teatrali professionali itineranti e che la presente denunzia ha una valenza puramente cautelativa,

DENUNZIA

l'inizio dell'attività di numeri di animazione e/o di arte varia.

Data...........   Firma.................

Pubblichiamo la lettera che l'architetto Alfredo del Maestro (tel. 033/7703743), con studio a Lucca e a Firenze, ha inviato al presidente del SILB e in copia. ai presidenti provinciali Ezio Rizzoli, Pietro Gozzi, Marco Lazzaroni e a Disco & Dancing. Richiamandosi a una lettera del Ministero dell'Interno, Alfredo del Maestro affronta un argomento, quello dei trattenimenti danzanti nei pubblici esercizi, che ripropone il grave e tuttora irrisolto problema dell'abusivismo.

Un documento da contestare

È la lettera, imprecisa e assurda, con cui il Ministero degli Interni affronta la irrisolta questione dei trattenimenti danzanti nei pubblici esercizi.

OGGETTO: Lettera del Ministero dell'Interno - Dipartimento della Pubblica Sicurezza - Centrale Affari Generali - Servizio Polizia Amministrativa e Sociale - Divisione Prima - Sezione III, del 24 ottobre 1995, inviata alla prefettura di Avellino.
E per conoscenza alla: Direzione Generale della Protezione Civile e dei servizi antincendi - Servizio Tecnico centrale - Ispettorato insediamenti civili, commerciali, artigianali e industriali.

La lettera in parola porta come oggetto:
"Applicabilità art. 80 T.U.L.P.S. a pubblici esercizi da utilizzare per trattenimenti danzanti".
Con la stessa, si vorrebbe apportare un chiarimento nei confronti dei soggetti già titolari di somministrazione di alimenti e bevande, o di sole bevande, che organizzano piccoli trattenimenti musicali per la propria clientela. Al riguardo, si ipotizzano due situazioni:
- *"I piccoli trattenimenti si svolgono nell'esercizio pubblico dove la clientela accede solo per la consumazione.*
- *"Gli stessi trattenimenti si svolgono in sale appositamente allestite con una esibizione che può richiamare una forte affluenza di spettatori".*

Nel primo caso, non si ritiene debba essere rilasciato il parere di agibilità dalla C.P.V.I.P.S.. La seconda fattispecie, invece, prevede che debba essere rilasciato il parere di agibilità per il locale da parte della succitata Commissione.
Ora, questa lettera a firma del Direttore centrale Mustilli, intende, anche se a mio parere in modo vago e impreciso, cambiare:
- Gli articoli n. 15, 16, 17 punti 4 e 7 della Circolare del M.I. n. 16 del 15/3/'51 (Classificazione dei locali).
- Il contenuto della Circolare del M.I. n. 16 del 16/6/'80.
- Le prescrizioni della lettera Circolare del M.I. n. 12388/4109/A 1 del 14/6/'84. Oppure, nella classificazione di un locale é necessario attenersi a quanto disposto dalle succitate normative che non specificano piccoli o grandi trattenimenti, poca o molta affluenza di pubblico, ma soltanto che: un locale é di publico spettacolo quando vengono create all'interno dello stesso attrattive di qualsiasi tipo e quindi sempre sottoposti al rilascio del parere di agibilità da parte della predetta Commissione; escludendo unicamente le attività che esercitano la semplice somministrazione di cibi e bevande. Poiché nella lettera in questione non si fa alcun riferimento ad alcuna normativa di sicurezza o si specifica la quantità massima di pubblico presente permessa per i "piccoli trattenimenti", anzimenti si ribadisce che sono tenuti al rilascio del "parere di agibilità" quelle"attività di somministrazione nelle quali sia prevalente l'attività congiunta di trattenimento e svago e quando la verifica sulla solidità e la sicurezza della struttura é riferita a: pedane, camerini degli artisti, allestimenti scenici, uscite di sicurezza ecc." . Si deduce che: un bar, un ristorante o un albergo che organizza uno spettacolo o un trattenimento musicale e che può quindi anche far ballare, non é tenuto a richiedere il "parere di agibilità" purché vengano soddisfatte le seguenti condizioni:
1) Il locale non subisca trasformazioni.
2) Non esistano pedane e camerini per gli artisti.
3) Non vengano aumentati i prezzi delle consumazioni.
4) Che le attrattive siano temporanee e occasionali.
5) Non esista una forte affluenza di pubblico.
6) Non esistano condizioni di sicurezza da far controllare alla C.P.V.I.P.S.

Il punto 5 non é quantificato, quindi può essere interpretato come meglio si crede: si può far accedere quanto pubblico si vuole, purché non sia una "forte affluenza"! Il punto n. 6 é assurdo: un locale che ha solai con un sovraccarico per 350 Kg./mq, non ha uscite di sicurezza, impianto luci di emergenza, impianto antincendio, ha un carico d'incendio notevole, una struttura infiammabile, non ha il "Certificato di prevenzione incendi", non ha un impianto di aerazione adeguato al numero di persone presenti e non é in regola con tutte quelle norme cui é sottoposto un locale di pubblico spettacolo, può far ballare ed effettuare spettacoli! Penso che il contenuto della lettera in oggetto, che dovrebbe aver apportato un chiarimento, debba al più presto essere precisato dagli organi competenti, affinché sia possibile agire di conseguenza: anche perché quanto scritto é stato interpretato in un certo modo dalla FIPE e dalla stampa, che invita albergatori, stabilimenti balneari, ristoranti e bar a tenere serate danzanti e spettacoli nei propri locali. Tutto questo può essere molto pericoloso per quei gestori che, qualora accogliessero tale invito, potrebbero rischiare gravi ammende e procedimenti penali. Mi domando inoltre come recepiscano la lettera in questione e come debbano comportarsi tutti i gestori dei locali di pubblico spettacolo, cui mi indirizzo, che sono tenuti e che si attengono al rispetto delle normative vigenti. Penso che il S.I.L.B., da sempre schierato contro il fenomeno dell'abusivismo, dovrebbe assumere una posizione nei confronti del documento in oggetto, che ritengo non debba essere assolutamente trascurato; onde poter evitare che siano autorizzati a svolgere attività di pubblico spettacolo le aziende come: pub, disco bar, alberghi, ristoranti, circoli, associazioni ecc., che non rispondono a quelle caratteristiche di sicurezza che la legge prevede quando si esercita un'attività come quella in discussione.

Alfredo del Maestro

SEZIONI PROVINCIALI SILB

ALESSANDRIA
Unione Comm. e Turismo
Via Modena, 29
15100 Alessandria
Tel.: 0131/232303
Fax: 0131/41387
Pr. SILB: **Giorgio Tacchino**

ANCONA
Unione Comm. e Turismo
P.zza della Repubblica, 1
60121 Ancona
Tel.: 071/22911
Fax: 071/205996
Pr. SILB: **Luciano Girolimetti**

AOSTA
Assoc. Commercianti
Regione Borgnalle, 10
11100 Aosta
Tel.: 0165/40004
Fax: 0165/236728
Pr. SILB: **Lilliana Breuvè**

AREZZO
Assoc. Commercianti e Turismo
Via XXV Aprile, 6/12
52100 Arezzo
Tel.: 0575/350755
Fax: 0575/353729
Pr. SILB: **Giuseppe Muscinelli**

ASCOLI PICENO
Associazione Commercianti
Via Dino Angelini, 62/A
63100 Ascoli Piceno
Tel.: 0736/258400
Fax: 0736/254556
Pr. SILB: **Gianni D'Angelo**

ASTI
Unione Commercianti
Piazza Astesano, 33
14100 Asti
Tel.: 0141/353816-7-8
Fax: 0141/436958
Pr. SILB: **Alberto Voghera**

AVELLINO
Unione Commercio e Turismo
Via De Renzi, 28
83100 Avellino
Tel.: 0825/781956
Fax: 0825/781955
Pr. SILB: **Antonio Valente**

BARI
Federazione Commercio e Turismo
Via Amendola, 172/C
70126 Bari
Tel.: 080/5481016-5481077
Fax: 080/5481987
Pr. SILB: **Vito Mastrogiacomo**

BELLUNO
Assoc. Comm. e Turismo
Piazza dei Martiri, 16
32100 Belluno
Tel.: 0437/941241 - 81
Fax: 0437/25736
Pr. SILB: **Florio Mazzucco**

BERGAMO
Ascom
Via Giorgio Paglia, 26
24122 Bergamo
Tel.: 035/225497
Fax: 035/224572
Pr. SILB: **Angelo Zibetti**

BOLOGNA
Assoc. Commercianti
Strada Maggiore, 23
40125 Bologna
Tel.: 051/6487411
Fax: 051/263700
Pr. SILB: **Ezio Rizzoli**

BOLZANO
Unione Albergatori e Pubblici Esercizi
Via Delai, 16
39100 Bolzano
Tel.: 0471/971110
Fax: 0471/974494
Pr. SILB: **Erwin Lanzinger**

BRESCIA
Assoc. Commercianti
Via G. Bertolotti, 1
25121 Brescia
Tel.: 030/292181
Fax: 030/2400500
Pr. SILB: **Armando Marelli**

BRINDISI
Associazione Commercio e Turismo
Via Indipendenza, 30
72100 Brindisi
Tel.: 0831/527071
Fax: 0831/560250
Pr. SILB: **Francesco Marseglia**

CAGLIARI
Ass. Commercio e Turismo
Via XX Settembre, 35
09125 Cagliari
Tel.: 070/669081/655692
Fax: 070/667715
Pr. SILB: **Gianluigi Casella**

CAMPOBASSO
Unione Commercianti
Via G. Garibaldi, 21
86100 Campobasso
Tel.: 0874/483050
Fax: 0874/483070
Pr. SILB: **Mario Presutti**

CATANIA
Ass. Comm. e Turismo
Via Mandrà, 8
95124 Catania
Tel.: 095/351253 - 084
Fax: 095/356211
Pr. SILB: **Antonio Messina**

CATANZARO
Associazione Commercianti
Via Francesco Spasari, 3
88100 Catanzaro
Tel.: 0961/743978
Fax: 0961/743936
Pr. SILB: **Francesco Isolabella**

CHIETI
Unione Commercianti
P.zza Umberto I, 7
66100 Chieti
Tel.: 0871/330642-330882
Fax: 0871/67594
Pr. SILB: **Consiglio Paione**

COMO
Unione Commercio e Turismo
Via Ballarini, 12
22100 Como
Tel.: 031/267545
Fax: 031/271667
Pr. SILB: **Giuseppe Iannantuoni**

CREMONA
Associazione Commercianti e Turismo
Via Manzoni, 2
26100 Cremona
Tel.: 0372/21537
Fax: 0372/411983
Pr. SILB: **Gerardo Ghitti**

CUNEO
Unione Comm. e Turismo
Via Savigliano, 37
12100 Cuneo
Tel.: 0171/692300
Fax: 0171/634181
Pr. SILB: **Franco Borgogno**

FERRARA
Associazione Commercianti
Via Baruffaldi, 18
44100 Ferrara
Tel.: 0532/202141
Fax: 0532/205999
Pr. SILB: **Rossano Scanavini**

FIRENZE
Unione Commercio e Turismo
Via Della Robbia, 89
50132 Firenze
Tel.: 055/23895
Fax: 055/576985
Pr. SILB: **Carlo Caldini**

FOGGIA
Unione Commercio e Turismo e Servizi
Viale Manfredi, 16
71100 Foggia
Tel.: 0881/721732
Fax: 0881/709808
Pr. SILB: **Raffaele Scrimboli**

FORLI'
Ass. Commercianti
Piazzale della Vittoria, 23
47100 Forlì
Tel.: 0543/27701
Fax: 0543/32942
Pr. SILB: **Enzo Visi**

GENOVA
Ass. Commercianti
Via Cesarea, 8/4
16121 Genova
Tel.: 010/562013-566942
Fax: 010/582207
Pr. SILB: **Roberto Fusco**

GROSSETO
Ass. Comm. e Turismo
Via della Pace, 154
58100 Grosseto
Tel.: 0564/21117
Fax: 0564/23853
Pr. SILB: **Natalino Galgani**

IMPERIA
Unione Commercianti
Corso Mombello, 31
18100 Sanremo (Imperia)
Tel.: 0184/272861
Fax: 0184/290378
Pr. SILB: **Franco Poggio**

LA SPEZIA
Unione Comm. e Turismo
Via Lunigiana, 586
19125 La Spezia
Tel.: 0187/518341
Fax: 0187/514957
Pr. SILB: **Dino Neri**

LATINA
Ascom-ConfCommercio
Via dei Volsini
04100 Latina
Tel. e Fax: 0773/611060
Pr. SILB: **Alberto Lauretti**

LECCE
Ascom-ConfCommercio
Via Cicolella, 3
73100 Lecce
Tel.: 0832/345152
Fax: 0832/217221
Pr. SILB: **Maurizio Pasca**

LECCO
Unione Commercianti
Via Parini, 31
22053 Lecco
Tel.: 0341/366078
Fax: 0341/284209
Pr. SILB: **Gabriele Sormani**

LIVORNO
Unione Commercio e Turismo
Corso G. Mazzini, 27
57126 Livorno
Tel.: 0586/807044
Fax: 0586/805481
Pr. SILB: **Mauro Donati**

LUCCA
Assoc. Commercianti
Via Fillungo, 121
55100 Lucca
Tel.: 0583/494181-2
Fax: 0583/48587
Pr. SILB: **Marco Lazzaroni**

MACERATA
Assoc. Commercianti
Via Colle Montalto, 8
62100 Macerata
Tel.: 0733/231573 - 4
Fax: 0733/230844
Pr. SILB: **Endrio Verdini**

MANTOVA
Unione Comm. e Turismo
Via Accademia, 46
46100 Mantova
Tel.: 0376/231217
Fax: 0376/355064
Pr. SILB: **Paolo Sani**

MASSA CARRARA
Associazione Commercianti
Via Eugenio Chiesa, 2
54100 Massa
Tel.: 0585/499171
Fax: 0585/44322
Pr. SILB: **Carlo Costi**

MILANO
Associazione Milanese Pubblici Esercizi - EPAM
Corso Venezia, 51
20121 Milano
Tel.: 02/76023511-76022900
Fax: 02/7750465
Pr. SILB: **Maurizio Betti**

MODENA
Assoc. Commercianti
Viale Carlo Sigonio, 44
41100 Modena
Tel.: 059/222101-103-132
Fax: 059/221050
Pr. SILB: **Mauro Marchi**

NAPOLI
Ascom
P.za Salvo D'Acquisto, 32
80134 Napoli
Tel.: 081/7979111
Fax: 081/5515019
Pr. SILB: **Edoardo Piras**

NOVARA
Ass. Comm. e Turismo
Via San Francesco d'Assisi, 3
28100 Novara
Tel.: 0321/624670
Fax: 0321/35781
Pr. SILB: **Serafino Fiori**

NUORO
Confcommercio
Galleria Obisti, 28
08100 Nuoro
Tel.: 0784/30470
Fax : 0784/38922
Pr. SILB: **Giancarlo Serra**

ORISTANO
Assoc. Commercianti
Via E. Mattei, 46
09170 Oristano
Tel.: 0783/73287
Fax : 0783/73700
Pr. SILB: **Mario Pirina**

PADOVA
Ass. Pubblici Esercizi
Via Berchet, 16
35131 Padova
Tel.: 049/8750617
Fax: 049/8754184
Pr. SILB: **Giuseppe Dacorsi**

PALERMO
Ass. Pubblici Esercizi
Via Americo Amari, 11
90139 Palermo
Tel. e Fax: 091/328315
Pr. SILB: **Santi Bisanti**

PARMA
Assoc. Commercianti
V. Dell'Abbeveratoia, 63/A
43100 Parma
Tel.: 0521/298814-292986
Fax: 0521/980854
Pr. SILB: **Ernesto Mendola**

PAVIA
Assoc. Commercianti
Corso Cavour, 30
27100 Pavia
Tel.: 0382/538041
Fax: 0382/538048
Pr. SILB: **Virginio Marescotti**

PERUGIA
Unione Comm. e Turismo
Via Settevalli, 320
06129 Perugia
Tel.: 075/5001212
Fax: 075/5001279
Pr. SILB: **Enzo Muscinelli**

PESARO
Assoc. Commercianti
Via Mastrogiorgio, 12
61100 Pesaro
Tel.: 0721/698241
Fax: 0721/69559
Pr. SILB: **Maurizio Girolimetti**

PESCARA
Unione Commercianti
Via Aldo Moro 1/3
65100 Pescara
Tel.: 085/4313620
Fax: 085/4312106
Pr. SILB: **Giacomo Iannone**

PIACENZA
Unione Commercianti
Strada Bobbiese, 2
29100 Piacenza
Tel.: 0523/455555
Fax: 0523/451427
Pr. SILB: **Mario Mistraletti**

PISA
Ass. Commercio e Turismo
Piazza V. Emanuele II, 2
56125 Pisa
Tel.: 050/25196 - 7
Fax: 050/21332
Pr. SILB: **Pasquale Manganiello**

PISTOIA
Associazione Commercio,
Viale Adua, 128
51100 Pistoia
Tel.: 0573/368352
Fax: 0573/365710
Pr. SILB: **Nino Trinciavelli**

PORDENONE
Associazione Commercio e Turismo
Piazzale dei Mutilati, 4
33170 Pordenone
Tel.: 0434/541414
Fax: 0434/389082
Pr. SILB: **Eugenio Rigo**

RAGUSA
Assoc. Commercianti
Via Roma, 212
97100 Ragusa
Tel.: 0932/622522
Pr. SILB: **Bartolomeo Conti**

RAVENNA
Associazione Provinciale
Via Di Roma, 102
48100 Ravenna
Tel.: 0544/515611
Fax 0544/35779
Pr. SILB: **Valerio Ziliani**

REGGIO CALABRIA
Unione Commercianti
Via De Nova, 98
89123 Reggio Calabria
Tel.: 0965/331637-331453
Fax: 0965/331518

REGGIO EMILIA
Associazione Commercio e Turismo
Via Roma, 11
Casella Postale 210
42100 Reggio Emilia
Tel.: 0522/454666
Fax: 0522/432607
Pr. SILB: **Dino Guidetti**

RIETI
Associazione Commercio
Largo Cairoli, 2
02100 Rieti
Tel.: 0746/485967
Fax: 0746/495380
Pr. SILB: **Vincenzo Spaziani**

RIMINI
Associazione Commercianti
Via Mentana, 36
47037 Rimini
Tel.: 0541/51378
Fax: 0541/53991
Pr. SILB: **Sergio Pioggia**

ROMA
Sede Centrale
Federazione Italiana
Pubblici Esercizi
Sezione SILB
Via dell'Olmetto 23
00153 Roma
Tel.: 06/5881012
Fax: 06/5818682
Pr. SILB: **Giancarlo Bornigia**
Funzionario FIPE: **Rino Sportoletti**

ROVIGO
Associazione
Commercianti
V.le Domenico Piva, 25
45100 Rovigo
Tel.: 0425/35993
Fax: 0425/31308
Pr. SILB: **Enzo Ferrari**

SALERNO
Ass. Commercianti
Via Giulio Ruggi, 8/B
84100 Salerno
Tel.: 089/875036-875508
Fax: 089/875789
Pr. SILB: **Salvatore Russo**

SASSARI
Unione Commercio
Corso G. Pascoli, 16/B
07100 Sassari
Tel.: 079/246252
Fax: 079/246607
Pr. SILB: **Peppino Muresu**

SAVONA
Unione Commercio
e Turismo
Piazza della
Rovere, 1/3
17100 Savona
Tel.: 019/821905-6-7
Fax: 019/820940
Pr. SILB: **Pietro Gozzi**

SIENA
Associazione
Commercio e Turismo
Via dei Termini, 32
53100 Siena
Tel.: 0577/41536
Fax: 0577/223188
Pr. SILB: **Antonio Degortes**

SONDRIO
Unione Commercio,
Via Carducci, 43 - 45
23100 Sondrio
Tel.: 0342/513595
Fax: 0342/511042
Pr. SILB: **Romano Paruscio**

TARANTO
Associazione
Commercio e Turismo
V.le Magna Grecia, 119
74100 Taranto
Tel.: 099/7796334 - 3
Fax: 099/7796323
Pr. SILB: **Mauro Alessano**

TERAMO
Associazione
Commercio e Turismo
Via Carlo Forti, 24
64100 Teramo
Tel.: 0861/241741-244336
Fax: 0861/246610
Pr. SILB: **Giovanni Digiovannantonio**

TERNI
Associazione
Commercio e Turismo
Largo Villa Glori, 4
05100 Terni
Tel.: 0744/401695
Fax: 0744/403405
Pr. SILB: **Giampiero Aldini**

TORINO
E PA T
Via A. Massena, 20
10128 Torino
Tel.: 011/5628802
Fax: 011/5612046
Pr. SILB: **Enrico Cogerino**

TRAPANI
Ass. Comm. e Turismo
Via Marino Torre, 171
91100 Trapani
Tel.: 0923/873170
Fax: 0923/27498
Pr. SILB: **Giovanni D'Aleo**

TRENTO
Ass. Pubblici Esercizi
Via Solteri, 78
38100 Trento
Tel.: 0461/880111
Fax: 0461/880540
Pr. SILB: **Gianluca Valduga**

TREVISO
Unione Commercio
San Nicolò
Via Turazza, 7/A
31100 Treviso
Tel.: 0422/50071
Fax: 0422/546695
Pr. SILB: **Mirko Simonetti**

TRIESTE
Associazione Esercenti
Via Roma, 28
34121 Trieste
Tel.: 040/369666
Fax: 040/630776
Pr. SILB: **Luciano Spina**

UDINE
Unione Esercenti
Viale Duodo, 5
33100 Udine
Tel.: 0432/538600
Fax: 0432/531590
Pr. SILB: **Andrea Pinatto**

VARESE
Unione Commercianti
Via Valle Venosta, 4
21100 Varese
Tel. : 0332/335520
Fax: 0332/335518
Pr. SILB: **Giancarlo Vedovato**

VENEZIA
Ass. Commercianti
Via Aquileia, 92
30017 Jesolo Lido (VE)
Tel.: 0421/383833-383808
Fax: 0421/91991
Pr. SILB: **Renato Giacchetto**

VERCELLI
Associazione
Commercianti
Viale Garibaldi, 57
13100 Vercelli
Tel.: 0161/250045
Fax: 0161/259095
Pr. SILB: **Giancarlo Barisio**

VERONA
Unione Commercio
e Turismo
Corso Porta Nuova, 4
37122 Verona
Tel.: 045/591688
Fax: 045/595846
Pr. SILB: **Luigi Andreis**

VICENZA
Associazione
Commercio
Via L. Faccio, 38
36100 Vicenza
Tel.: 0444/964300
Fax: 0444/963400
Pr. SILB: **Lorenzo Rizzi**

VITERBO
Ascom
Via I. Gardini, 74/A
01100 Viterbo
Tel.: 0761/304060-308836
Fax: 0761/2266649
Pr. SILB: **Marcello Bertini**

S.I.L.B.
Associazione Italiana Imprenditori Locali da ballo

PRESIDENTE
Bruno Cristofori

VICEPRESIDENTE VICARIO
Giancarlo Barisio

VICEPRESIDENTI
Renato Giacchetto
Ennio Sanese

GIUNTA DI PRESIDENZA
Bruno Cristofori
Giancarlo Barisio
Maurizio Betti
Renato Giacchetto
Salvatore Russo
Ennio Sanese
Renato Zecchi

CONSIGLIERI
Santi Bisanti
Giancarlo Bornigia
Lilliana Breuvè
Enrico Cogerino
Mauro Donati
Pietro Gozzi
Giuseppe Iannantuoni
Marco Lazzaroni
Maurizio Manica
Florio Mazzucco
Fabio Montanari
Maurizio Pasca
Mario Pirina
Ezio Rizzoli
Angelo Zibetti

SINDACI E REVISORI DEI CONTI
Emilio Cabiddu
Gino Capitanio
Giuseppe Capodicasa

CONSULENTI
Graziano Busca - *Gestione*
Lamberto Cantoni - *Immagine*
Attilio Pecora e
Giancarlo Morandi - *Legale*

**Sede centrale presso FIPE, via dell'Olmetto, 23
00153 Roma
tel. 06/5881012,
Fax 06/5818682**

**Ufficio Stampa
Via Dante 4
20100 Milano
tel/fax 02/804059-804155**

UNIDEA
Roboscan Pro:
la luce intelligente che anticipa il futuro.